

风靡世界的商业《圣经》
一部被称为全世界惟一通用的经商法则

【最新图文本】

SHIJIESHANGZUIYOUXIUSHANGREN
DESHENGYIJIN

世界上最优秀商人的

犹太民族是世界上最聪明、最富有的民族之一，美国是世界首富，但美国的财富却大多装在犹太人的口袋里，犹太人的生意以最富于个性和实用性，有着与众不同的经营技巧和战术，使之在世界商战中，被称为全世界唯一通用的经商法则。

世界第一商人！

生意经



北史/主编
顶点/策划

中国文联出版社

ZHONGGUO LIANJIE CHUBANSHE

世界上最优秀商人的生意经



人固然不得撒谎，但有些实情必须予以隐瞒。

——犹太人格言

经商之人务必谨记此：“我完全相信你，因此请付现金。”

——犹太人格言

予人幸福犹如喷洒得香水，喷洒之时自己出会沾上几滴。

——犹太人格言

责任编辑/肖楠

ISBN 7-104-01656-2



9 787104 016564 >

ISBN 7-104-01656-2/C·114

定价：29.90元(赠送精美光盘)

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服微信/QQ：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.zhhelp.net>

SHIJIESHANG
ZUIYOUXIUSHANGREN
DESHENGYIJIN

【最新图文本】

世界上 最优秀商人的 生意经

中国致和出版社

ZHONGGUOXIJIUCHUBANSHE

图书在版编目(CIP)数据

世界上最优秀商人的生意经/北史 主编. — 北京:中国
戏剧出版社,2003.2

ISBN 7-104-01656-2/C·114

I. 世… II. 北… III. 犹太人-商业经营-经验
IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 006918 号

世界上最优秀商人的生意经 北史 主编

中 国 戏 剧 出 版 社 出 版
(北京市海淀区北三环西路大钟寺南村甲 81 号)
(邮政编码:100086)

新华书店总店北京发行所 经销

北京兆成印刷有限责任公司 印刷

400 千字 787×1092 毫米 1/16 开本 24 印张

2003 年 4 月第 1 版

2003 年 4 月第 1 次印刷

印数:1-8 000 册

ISBN 7-104-01656-2/C·114

定价:29.90 元

目 录

第一章 谋钱术：让钱从大脑中蹦出来 / 1 /

犹太商人的富脑袋

对于犹太人来说，生活在这个世界上赚钱是最重要的事。然而，惟利是图，不择手段的拜金主义者在犹太商人中却少得可怜，他们之中大部分人是合法地赚大钱，正所谓“君子爱财，取之有道”。这些“君子们”知识面广，反应敏捷，判断准确。只要有钱可赚，他们不会放过一切机会。拿军队中服役的犹太人来说，也是不会放弃赚钱念头的。他们总是千方百计寻找所有赚钱的机会，他们甚至巧妙地把军营作为放高利贷的最佳场所，以赚取高额利率。

01	绝不放弃赚钱的任何空隙：奉行有利可图	/ 3 /
02	活智慧就是财富：让智慧经与生意经合在一起	/ 5 /
03	胸中有墨，才能黄金万两：知识是别人抢不走的聚宝盆	/ 8 /
04	靠学识去赚大把的钱：粗俗者成不了大商人	/ 10 /
05	一口吃掉困难：只要付出，就会换来回报	/ 12 /
06	把自己变成一个高财商者：拿出致富的本领	/ 15 /
07	机智是取胜的筹码：你不是机灵鬼，别人就是机灵鬼	/ 19 /
08	跳出束缚，眼光看开：全面权衡，才能成大事	/ 22 /

2 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

第二章 算钱术：把钱匣子藏在心里 /25/

犹太商人的富脑袋

我们常常听到人们这样说：“世界的金钱装在犹太人的口袋里。”犹太人从人口上说只占世界总人口很小很小的比例，但他们的富有却是众所周知的。无论是在世界首富的美国，还是在亚洲富庶的日本，犹太人都在金融界或商业界独占鳌头，百万、亿万富翁不乏其人。那么他们为什么能拥有这么巨大的财富呢？这光靠有一个聪明的头脑是不够的，关键是他们掌握了 78:22 的经营魔法。

- 09 只有会算钱，才能会挣钱：巧打算盘巧获利 /27/
- 10 掌握 78:22 的经营魔法：保证生财有道的黄金定律 /32/
- 11 生财之道在于“和气”两字：搞好人际关系至关重要 /37/
- 12 学会“推销自己”：让自己成为赚钱的主人 /39/
- 13 把自己变成一个高财商者：变换挣钱的方法 /41/
- 14 一只空袋子是立不起来的：要学会经营自己 /44/
- 15 靠欺骗发不了大财：不做投机生意 /48/
- 16 信任是一个最有用的品牌：少玩“花肠子” /51/

第三章 抓钱术：靠双手每天挖一座金矿 /55/

犹太商人的富脑袋

犹太商人对“薄利多销”的营销策略持相反的态度，有其道理。他们认为：在灵活多变的营销策略中，为什么不采取别的上策而采用了下策？卖三件商品所得的利润只等于卖出一件商品的利润，这是事倍功半的做法。上策是经营出售一件商品，应得一件商品应得的利润，这样既可省了各种经营费用，还可保持市场的稳定性，并很快可以按高价卖出另外两件商品。而以低价一下卖了三件商品，市场已饱和了，你想多销也无人问津了，利润起码比高价出售者少了很多，并毁了市场后劲。

- 17 定下赚钱的目标：想到的事，就要做到 /57/
- 18 惟有现钞是最实在的：不玩虚的，要来实在的 /60/
- 19 决不贪占不义之财：拒绝让金钱诱蚀灵魂 /62/
- 20 抓住“厚利适销”的要诀：打破“薄利多销”的套路 /64/

21	反应速度是取胜的天规：学会果断出击	/67/
22	信息能决定生意的成败：彻底改变封闭式经营法	/70/
23	把一个信息变为一把金钥匙：信息灵，百业兴	/72/
24	只要用心，就能拥有金库：巧妙地暗渡陈仓	/75/
25	知根知底才能对路：在沙里淘出大把的金	/79/
26	看准病，再下药：抓钱十术	/83/

第四章 挣钱术：擅长把机会变成财富 /93/

犹太商人的富脑袋

在犹太人的挣钱术中，有一条广为人知的法则——“即使1美元也要赚”。“即使是1美元也要赚”的挣钱术表明：犹太人惯于采取“避实就虚，化整为零，积少成多”的战略，最后战胜强大的对手。实行积微成多的谋略，必须做到心怀大志，对前程自信；如果自惭形秽，胸无大志，永难成功。同时，还要具有坚忍不拔的意志和扎扎实实、埋头苦干的精神。犹太人的忍耐，创造出犹太人赚钱的信念：“在忍耐中争取我们应得到的一切，你要为我的忍耐付出代价。”犹太人的坚定耐心和具有悠久历史的忍耐力是常人难以置信的，但是，他们的忍耐也是有先决条件的，是有“度”的。精明的犹太商人最擅长计算，他们有极强的判断能力。如果他们认为和自己的合作伙伴在某方面有利于自己，能够为自己带来钱财，那么，他们就可以以坚定的耐心，等待对方转变心情或者等待时机的到来。

27	宁可钱生钱，不要人省钱：立足于赚钱而不是攒钱	/95/
28	只要有钱挣就是满足：即使是1美元也要赚	/98/
29	尽可能把损失降低到最低点：不让钱打水漂	/100/
30	做生意无禁区：冲破国界打天下	/102/
31	在逆境中寻找机遇：只要有勇气就能挣钱	/104/
32	不会忍耐，就会失去机会：注意买卖中的“度”	/106/
33	看准之后就下手：把商机拖到金库中	/110/
34	把运气变成财气：留意生意场上的每一个细节	/113/
35	抓住机会，敢想敢做：吃小亏获大利	/116/
36	盯住时机，买卖有方：囤积居奇赚钱术	/118/
37	奇思怪想，可以出奇制胜：需要别出心裁的一股劲	/123/

4 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

第五章 赢钱术：从别人口袋里掏出钱 /127/

犹太商人的富脑袋

犹太人做生意时，认为让女人掏腰包，远比让男人掏钱出来的机会要多得多。犹太人千百年来 的经商经验是，如果想赚钱，就必须先赚取女人手中所持有的钱。相反，如果 经商者想清洗男人兜里的钱，拼命“瞄准男人”，这笔生意则注定会失败。因为男人的工 作是赚钱，能赚钱并不表示持有钱、拥有钱，消费金钱的权力还是操纵在女人的手中。在 花钱方面男人还得听女人的。民以食为天，所以“吃”是天下一笔最大的生意。犹太人认 为嘴巴的功能有二：一为说，一为吃。犹太商人经过他们几千年的反复实验，总结出“嘴 巴”也是最能赚钱的商品之一。每个精于赚钱的人，都必须掌握这样一条赢钱术——善 于在嘴巴里挖钱！“越是流行的东西，越有钱可挣”，这是犹太人坚信不移的赢钱术，因此 他们常这样做：巧妙利用人们“向上看”的心理去操纵流行趋势。

- 38 让女人动心就能有收获：女人比男人能花钱 /129/
- 39 “吃”是一笔最大的生意：善于在嘴巴里挖钱 /133/
- 40 学会抓住大众心理：跟着流行风跑 /135/
- 41 有买卖就成交易：做生意不能拖拉 /136/
- 42 一笔生意，两头赢利：大家一同吃蛋糕 /139/
- 43 让大家都能迷上你：利用人们求新奇的心理赚钱 /142/
- 44 抬高价格就有戏：高额定价赚钱法 /143/

第六章 变钱术：不怕钱少，就怕手段少 /147/

犹太商人的富脑袋

如何把手中的钱用活，是犹太人经商的一门大学问，他们运作的变钱术是不作存款， 而作现金运转。一般人认为，银行存款和现金相比，当然是现金最可靠，既不获利也不亏 损。小心谨慎的犹太人当然在二者择一 的条件下选择了后者。因为对犹太人来说，“不减少”正是“不亏损”的最起码的做法。想借助银行存款求得利息，是不太可能获得利润 的。

- 45 想办法把钱借给别人就是成功：借他人的钱来发财 /149/
- 46 把死钱变成活钱：坚持“不作存款”的经营规则 /151/

47	借第三只手变出钱来：借势打出自己的品牌	/155/
48	只有傻瓜才拿自己的钱去发财：找到变钱的上上策	/157/
49	声东可以击西：明亏暗赚	/161/

第七章 投钱术：看准之后就把钱撒出去 /163/

犹太商人的富脑袋

在市场竞争中，犹太人的一切投钱决策思维，都是因“利”而驱使的。在相互争“利”的商场，使生意人真正获利的关键在于正确的决策，这就要求生意人应具备相应的素质。一是知彼知己，善于察市料“敌”，及时掌握市场的动向、消费者的需求；准确判断竞争对手，知其力，料其行，先发制人，抢先占领市场。二是扬长避短，善于出奇制胜。充分用己之长，由长而谋，因利动止，并注意用自己的优势，在时间速度上用奇，在产品设计上用奇，在经营销售上用奇，使竞争对手意料不到或仿效不及，从而迅速收口投资并赚回期望的目标值。三是审时度势，善于操纵商机。适时抓住市场上有“利”可图的一切机会，主动发起出击。在具体做法上，或施小利诱对手而动，或放弃眼前的小利，假痴不癫，使竞争对手进入误区，从而使自己获得大利。

50	敢于作出惊人的投资策略：胆大心细，迅速出手	/165/
51	抢先占领市场：因利而冒险	/167/
52	只要值得，就要去冒险：没有大风险，就没有大收获	/170/
53	小鱼敢吃大鱼：掌握兼并绝招	/174/
54	用钱追钱是妙招：让钱去找钱	/176/
55	做生意总有赚有赔：取长补短继续干	/180/
56	把别人的钱拿过来：摸准融资的绝窍	/184/

第八章 攒钱术：让自己成为铸造金库的高手 /189/

犹太商人的富脑袋

犹太人把时间看得如此重要，在工作中也往往以秒计算，分秒必争。一旦规定了工作时间，就严格遵守。下班铃声一响，即使是打字员，他们只要再花几秒钟时间再打10个字就能完成的一件公文，他们也不再打而下班。强烈的时间观念提高了他们的工作效率，而把时间和商品对等，使盗窃时间就像偷取别人金柜内的金钱那样可耻。

6 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

- 57 浪费时间就等于浪费金钱：不要盗窃时间 /191/
- 58 操纵“心理暗示术”：让顾客跟着感觉走 /196/
- 59 从无到有，从小到大：把每一次生意做到位 /199/
- 60 判断准，才能不失手：走每一步棋都要求稳 /203/
- 61 高级投手都会看准方向：投资是一种更高明的理财 /205/

第九章 管钱术：看紧自己的钱柜 /209/

犹太商人的富脑袋

犹太管理法则提醒经营者，你的公司就好比一个小分队，也是由各色各样的人组成，他们都有自己的看家本领。身为老板，你就要做到对部下的特点、能力、甚至个人的性格了如指掌，做到适才适所，使内在的潜力得到充分的发挥。惟有如此，你的公司才可能高人一筹。

- 62 和和气气，才能生意旺：以善行天下 /211/
- 63 让手下的人都成为挣钱英雄：找到能帮自己挣钱的人 /215/
- 64 该坚持的一定要坚持：不轻易向部下让步 /217/
- 65 绝不把问题遗留到明天：克服积压文件的陋习 /219/
- 66 把现金看好：多留心无坏处 /221/
- 67 一分钱难倒英雄汉像账房先生一样爱好金钱 /224/
- 68 力戒大手大脚：该降就降，该紧就紧 /227/

第十章 护钱术：按照规矩办好事 /231/

犹太商人的富脑袋

在犹太人心中，有一套属于他们自己的观点，他们认为，纳税是和国家订的无形的“契约”，无论发生什么问题，自己也要履行契约。当然，犹太人“绝不漏税”并不表明他们轻易地就交出不合理的税款。他们讨厌被人随意征税。犹太商人在做一笔生意之前，总是要首先经过认真计算，这笔生意是否能挣钱，先粗略算出在除去税款以外，他们有多少钱能装入自己的口袋。

- 69 不挣不能要的钱：依法纳税 /233/
- 70 适当打一些“擦边球”：守法更善于用法 /236/

71	都按规矩办事：精于合理地赚大钱	/240/
----	-----------------	-------

72	点子都是人想出来的：负了债，也有辙	/243/
----	-------------------	-------

第十一章	讨钱术：看人下菜碟	/247/
------	-----------	-------

犹太商人的富脑袋

犹太商人完全明白收账不能一个调子唱到底，要因人而异，见什么人唱什么歌，换句话说，什么庙念什么经，到什么山上说什么话。对付债务人，也应“看人下菜碟”，因人而异制定讨债策略。

73	摸清债务人的底：看一看葫芦里到底藏的什么药	/249/
----	-----------------------	-------

74	因人口味不同上菜碟：见什么人，唱什么歌	/254/
----	---------------------	-------

75	会要的，不如会讨的：两手都有狠招	/258/
----	------------------	-------

第十二章	用钱术：该花的钱一定要花出去	/265/
------	----------------	-------

犹太商人的富脑袋

犹太人认为欲望好像野草，农田里只要留有空地它就生根滋长，繁殖下去。欲望就是如此，只要你心里留有欲望，它也会生根繁殖。欲望是无穷无尽的，但是你能满足的却微乎其微。人们要仔细研讨现在的生活习惯，你们认为有些是必要的支出，但经过明智思考之后便会觉得可以把支出减少，也许觉得可以把它取消。大家要把这句话当做格言：花一块钱，就要发挥一块钱的100%的功效。

76	绝不轻易瞎花钱：花一块钱就能发挥100%的功效	/267/
----	-------------------------	-------

77	敢把大把大把的钱用到点子上：博取消费者的好感	/271/
----	------------------------	-------

78	一只空袋子是立不起来的：诚实挣钱和节俭开支	/273/
----	-----------------------	-------

79	打好自己的“算盘”：做一个预算专家	/277/
----	-------------------	-------

80	练几招理财要诀：别把钱不当钱	/282/
----	----------------	-------

81	享受生活，享受挣钱：自己给自己减压	/287/
----	-------------------	-------

第十三章	谈钱术：用嘴巴咬住钱币	/289/
------	-------------	-------

犹太商人的富脑袋

在商谈中商定有关价钱问题时，对金钱非常热爱的犹太人，态度是非常认真的。犹

8 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

太人对每个有关价钱的问题，都会非常认真地考虑。对于利润的一分一厘及契约书的形式等，也相当仔细。在这些问题上，他们没半点含糊，即使谈得满嘴白沫也不要休，发生激烈的争吵也在所难免。犹太人的“变脸术”，是值得我们学习的。他们的理智，足以战胜一切。在利益关头，“面子”算什么，值多少钱？因此，为了“面子”，不值得放弃商谈或浪费时间来拖延商谈。为了达到争利益的目的，犹太人善于向对手施加压力。

82	外表要像绅士：佛要金装，人要衣装	/291/
83	刺探清楚后，再谈判：把要做的事情弄明白	/294/
84	避免谈到哪就算哪：确定好每一次谈判的目标	/296/
85	拿出几套具有杀伤力的方案：心中始终要有一本账	/299/
86	把自己藏得越严实越好：千万别泄露自己的秘密	/301/
87	耐心寻找双方的调和点：问题总是一步一步解决的	/305/
88	摸清对方隐藏的“底牌”：挖出有用的秘密	/308/
89	越谨慎，越受益：“瞎子打灯笼”与“打破沙锅问到底”	/311/
90	在利益关头，“面子”算什么：有利就要争	/313/
91	莫因小利而失大利：大家都要退让一点	/316/
92	不同意的就不要勉强：敢于说“不”字	/319/
93	敢于放手搏一把：该冒险就冒险	/324/
94	给对手来一个措手不及：攻其不备，出其不意	/326/
95	及时点住对方的穴位：抓住时机，趁势而动	/329/
96	请勿争先恐后：自己别先抢着报价	/332/
97	与利益无关的都不管：放弃立场的争执	/335/
98	以坦诚和信誉为筹码：守信用的人能做长久生意	/337/
99	坚决堵住不能出现的漏洞：把该防范的问题都刻在纸上	/340/
100	合同是与神的签约：恪守自己的承诺	/342/
101	靠承诺办事：信守签定的协议	/346/
102	把谈判桌摆在大脑中：博闻强记有利于谈判	/350/
103	发挥嘴巴的威力：巧妙说服	/352/
104	把谈判进行到底：突破僵局的绝招	/356/

第一章

谋钱术：让钱从大脑中蹦出来

对钱财必须具有爱惜之情，它才会聚集到你身边，你越尊重它，珍惜它，它越心甘情愿地跑进你的口袋。

——犹太商人的金钥匙

犹太商人的富脑袋

对于犹太人来说，生活在这个世界上赚钱是最重要的事。然而，惟利是图，不择手段的拜金主义者在犹太商人中却少得可怜，他们之中大部分人是合法地赚大钱，正所谓“君子爱财，取之有道”。这些“君子们”知识面广，反应敏捷，判断准确。只要有钱可赚，他们不会放过一切机会。拿军队中服役的犹太人来说，也是不会放弃赚钱念头的。他们总是千方百计寻找所有赚钱的机会，他们甚至巧妙地把军营作为放高利贷的最佳场所，以赚取高额利率。

No 1

绝不放弃赚钱的任何空隙 奉行有利可图

什么是谋钱术？按照犹太人的说法，就是谋到钱的途径。对于犹太人来说，他们的谋钱观念与众不同，认为“只要赚钱就行”，所以他们从不认为钱丑恶肮脏，而是把钱视为人生无法或缺的一部分。

对于钱，古今中外的名人曾作过许多精彩的论述。莎士比亚认为金钱可使盲人重见天日；美国索尔·贝娄说：“金钱是惟一的阳光，它照到哪里，哪里就发亮；”而早在 2000 多年前，犹太人就有谚语说：“钱不是罪恶，也不是诅咒，钱会祝福人；”这充分体现了犹太人有利可图的谋钱观。

犹太人的经商思想非常自由，什么生意都可以做，什么钱都可以赚，因为犹太人认为，我关心的是如何赚钱，而不是钱的性质；把钱加以区分，是件无聊透顶的事。当然，犹太人从不去做违

法的生意。
犹太人认为创办公司的目的就是为
了赚钱，一旦发现公司的存在不能创造
利润时，即使是再舍不得也要忍痛割爱，
或拍卖或宣布倒闭。当然，犹太人更喜
欢创建公司，不过，尽管他们兢兢业业
刚在商界中闯出自己公司的名牌，只要
能获取高额利润，他们也会将它毫不犹
豫地卖掉。在这点上，他们是铁石心肠，
从不会感情用事，表现在经营上就是决
策果断。

* * * * *

犹太民族是一个世界性的民族，不
管世界上共产主义和资本主义如何对立，
他们照样做生意。1917 年，苏联刚成立
时，许多资本家将苏联视为洪水猛兽，
只有犹太人哈默独辟蹊径、胆大包天，

4 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

结果在苏联发了大财。这难道不是犹太人的金钱观和生意观的集中体现吗？

犹太民族是一个和上帝缔结彩虹之约的民族，因而他们极讲究信誉、遵守契约。然而，这种思想并没有使他们将契约供奉在神龛里，而是连神圣的契约也要当做商品，从中牟利。

在犹太商人中有一类专门从事倒卖契约的商人叫“贩克特”，译成汉语也叫“掮客”。他们要么将别的公司已签订好的合同买下来，自己履行，从中获利；要么倒卖给第三者，从中赚取佣金。当前，中国的股票和证券市场中，也出现了这种“贩克特”，发大财者不计其数。

对于犹太人来说，生活在这个世界上赚钱是最重要的事。然而，惟利是图，不择手段的拜金主义者在犹太商人中却少得可怜，他们之中大部分人是合法地赚大钱，正所谓“君子爱财，取之有道”。这些“君子们”知识面广，反应敏

捷，判断准确。只要有钱可赚，他们不会放过一切机会。拿军队中服役的犹太人来说，也是不会放弃赚钱念头的。他们总是千方百计寻找所有赚钱的机会，他们甚至巧妙地把军营作为放高利贷的最佳场所，以赚取高额利率。

* * * * *

同样，犹太商人在谋钱时，对于所借助的东西，也从不存在一点儿感情。只要有利可图，且不违反法律，拿来用了就是，完全不必考虑过多。因此，就是在别人看起来无可借助的条件下，犹太商人也能顺顺当当地谋钱成功。

从某个角度讲，犹太人全方位的谋钱术是值得借鉴的，它体现了一个优秀商人的经营意识，抛弃了许多人为的观念障碍，是赢得财富人生的开放思维。

NO 2

活智慧就是财富 让智慧经与生意经合在一起

犹太人追求以智慧谋钱，这就是说智慧与金钱的同在与统一，使犹太商人成了最有智慧的商人，使犹太生意经成了智慧的生意经：犹太生意经是让人在做生意的过程中越做越聪明而不是越迷失的生意经！

犹太人是一个酷爱智慧的民族，犹太商人也是极擅长于以智取胜的商人。其他不说，在实业世界中专执金融这个牛耳就足以证明这一点。不过智慧这个词也属于模糊概念，范围极大、定义又不清，到底什么是智慧，可能各有各的说法，那么在犹太商人看来，什么是智慧呢？

* * * * *

犹太商人之所以能驰骋于世界经济舞台，这和他们的精明绝伦有很大关系。有一则笑话正反映犹太人对精明的心态：

美国和苏联两国成功地进行了载人

火箭飞行之后，法国、德国、以色列也纷纷拟订了月球旅行计划。一切登月设备都制造完，下一步该是挑选宇航员了。

招考人员先问应征的德国人，在什么待遇下才肯参加太空飞行。

德国人回答：“我需要 3000 美元，1000 美元给妻子，1000 美元作购房基金，1000 美元自用。”

下面轮到法国人回答：“给我 4000 美元我才干。1000 美元给我妻子，1000 美元归还购房贷款，1000 美元给我的情人，还有 1000 美元留着自己用。”

犹太人应征者说：

“给我 5000 美元我才干，1000 美元给你，1000 美元归我，其余的 3000 美元雇德国人开太空船。”

尽管招考人员不一定会这么做。但这件事足可以反映犹太人的精明，他们不必自己去冒风险。只须摆弄数字就可以了。

犹太人还有则笑话，谈的是智慧与

6 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

财富的关系。

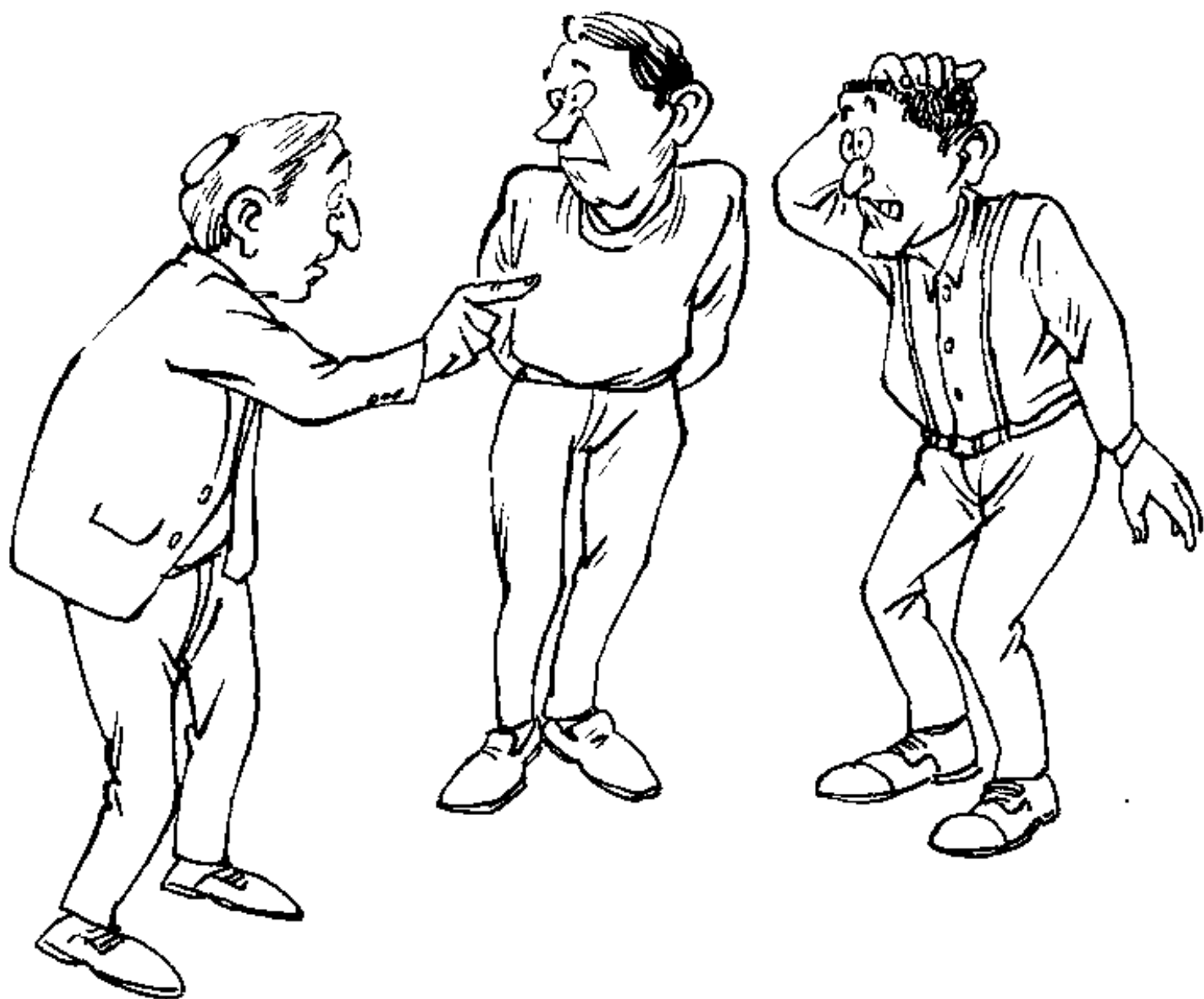
两位拉比在交谈：

“智慧与金钱，哪一样更重要？”

“当然是智慧更重要。”

“既然如此，有智慧的人为何要为富

人做事呢？而富人却不为有智慧的人做事。大家都看到，学者、哲学家老是在讨好富人，而富人却对有智慧的人露出狂态呢？”



“这很简单。有智慧的人知道金钱的价值，而富人却不懂得智慧的重要呀。”

拉比即为犹太教教士，也是犹太人生活等一切方面的“教师”，经常被作为智者的同义词。所以，这则笑话实际上也就是“智者说智”。

拉比的说法不能说没有道理，知道金钱的价值，才会去为富人做事；而不知道智慧的价值，才会在智者面前露出

狂态。但笑话明显的调侃意味又体现在哪里呢？就体现在这个内在悖谬之上。

有智慧的人既然知道金钱的价值，为何不能运用自己的智慧去获得金钱呢？知道金钱的价值，但却只会靠为富人效力而获得一点带“嗟来之食”味道的酬劳，这样的智慧又有什么用，又称得上什么智慧呢？

所以，学者、哲学家的智慧或许也可以称做智慧，但不是真正的智慧，因

第一章 谋钱术：让钱从大脑中蹦出来 ⇔ 7

为他同他知道其价值并甘愿为其做奴仆的金钱无缘。在金钱的狂态面前俯首贴耳的智慧，是不可能比金钱重要的。

相反，富人没有学者之类的智慧，但他却能驾驭金钱，却有聚敛金钱的智慧，却有通过金钱去役使学者智慧的智慧。这才是真正的智慧，有了这种智慧，没钱可以变成有钱，没有“智慧”可以变成有“智慧”，这样的智慧不是比金钱，同时也比“智慧”更重要吗？

不过，这样一来，金钱又成了智慧的尺度。金钱又变得比智慧更为重要了。其实，两者并不矛盾：活的钱即能不断

生利的钱，比死的智慧即不能生钱的智慧重要；但活的智慧即能够生钱的智慧，则比死的钱即单纯的财富——不能生钱的钱——重要。那么，活的智慧与活的钱相比哪一样重要呢？无论从这则笑话的演绎还是从犹太商人实际经营活动的归纳，我们都只能得出一个关于犹太人的谋钱术答案：

智慧只有化入金钱之中，才是活的智慧，钱只有化入了智慧之后，才是活的钱；活的智慧和活的钱难分伯仲，因为它们本来就是一回事，它们同样都是智慧与钱的圆满结合。

NO 3

胸中有墨，才能黄金万两 知识是别人抢不走的聚宝盆

犹太商人非常相信“知识就是力量”（培根），他们认为，没有知识的商人不算真正的商人，既然你不是真正的商人，我就没必要和你做生意。他们最看不起没文化的商人，犹太商人绝大部分学识渊博、头脑灵敏。相信，知识就是致富的力量！通俗地讲，犹太人希望自己胸中有墨，才能黄金万两。

犹太人既注重学校的正规教育，又注重自教自学。众所周知，学校的教育是获取基础知识的场所，很多专业知识及实际操作技术要通过实践或专业学习才能得到。另外，由于各人情况和条件不同，受到正规教育的情况也不尽相同。因此，犹太人很强调具有自己独立获取知识的技能，从中指导自己的工作实践。

只要与犹太人呆在一起，特别是和犹太人共餐时，他们大多非常健谈，滔滔不绝、海阔天空，其渊博的知识会让人大为惊愕。

正因为拥有如此渊博的知识，他们才具有高智商的头脑，从而才在生意中

永立不败之地，成为公认的“世界第一商人”。在犹太人眼里，知识和金钱是成正比的，只有丰富的阅历和广博的业务知识，在生意场上才能少走弯路少犯错误，这是能赚钱的根本保证，也是商人的基本素质。一个仅能从一个角度去观察事物的人，不但不配做商人，也不能算是一个完整的人。而犹太人做生意，也乐意与学识渊博的人达成交易。

一个做钻石生意的犹太商人曾问他的合作伙伴：“你知道大西洋底部有哪些鱼类吗？”

听者乍一听问这个问题，可能都会感到莫名其妙。因为做钻石生意和大西洋底部的鱼类毫无关系，怎么问这样一个驴唇不对马嘴的问题呢？

但犹太人有自己的想法：一个钻石商人需要的是一个精明的头脑，对方连大西洋有哪些鱼类都了如指掌，可见对钻石的业务知识也同样相当熟悉，那么对巨细俱全的钻石种类的分析肯定也是全面、周到的，和这样的商人合作肯定

能赚钱。

犹太民族在其这么一种宗教影响和文化氛围熏陶下，对教学和学习的高度重视蔚然成风，形成了一种几乎全民学习、全民都有文化的传统。尽管早期的犹太民族的学习主要以神学研究为取向，涉及知识面十分狭窄，但后来随着犹太民族受迫害流散于世界各地，他们的学习很快扩展到吸纳世界各国的文明成果了。更值得一提的是，他们的勤学苦研的传统从未中断，这使犹太人特别是犹太中青年在调节其心理，增强民族凝聚力和激发求生存谋发展的创造力上，具有了更大的能量。

正是这种传统的继承，使犹太人不问流散到哪里，其民族的文化整体素质都比别的民族要高。以美国为例，在20世纪70年代，在金融、商业、教育、医学、法律等高文化行业中，美籍犹太男子有70%、女子有40%，而同期全美国平均只有28.3%的男子和19.7%女子加入此行列。

而在最为灵巧、收入最高的两大职业医生和律师中（他们要求文化素质要特别高），犹太人所占的比例却最高。如20世纪70年代，美国共有三万多名犹太医生，占美国私人开业医生总数的14%；另外有约十万名律师，占美国总律师数的20%左右。

犹太人靠其高素质的文化，在择业和创收方面就胜人一筹，且不说其在经商中巧用谋略的巨大收入了。以美国为例，据统计，一个高中毕业生一辈子靠打工收入，比一个同样工种的初中毕业生多挣10万美元；一个大学毕业生又要比一个高中毕业生一辈子多挣20万美元。在美国的二百多万犹太人，占高中毕

业64%，大学毕业占32%。而在美国总人口中，高中毕业只占35%，大学毕业占17%。这个文化水平的群体差异，使在美国的犹太人的收入就比美国全国平均收入高得多。据统计，1974年美国犹太人家庭平均收入为13340美元，而美国的平均家庭收入只有9953美元，犹太人家庭高出了34%。

犹太人把知识视为财富，认为“知识可以不被抢夺且可以随身带走，知识就是力量”，所以他们十分重视教育。犹太人有个说法，犹太人一生有三大义务，第一义务就是教育子女。他们教育子女，目的在于让后代能在竞争的社会中求得生存和发展，壮大自己和民族力量。犹太人对教育问题已跳出了宗教和神学范畴，认为现代社会经济生活处于越来越迅速的发展变化之中，科学知识日新月异，如果跟不上时代发展的步伐，就会落伍，在激烈的竞争中会被淘汰，经商做买卖如此，从事科学技术事业也如此。

据统计，最近十多年发展起来的工业新技术，今天已有30%过时了。电子产品的寿命周期已经缩短到3年左右，超导技术和信息高速公路的崛起，又预示着一场新的工业革命的开始。当今世界正处在经济和科技全球化的发展趋势中，知识型经济成为争夺相对经济优势的主要手段。处在这样一个多变的世界里，任何故步自封、因循守旧、缺乏远见和不求上进的人，都难以避免失败的厄运。犹太人深明大义，不但自己不断学习，更新知识，更着力培养后代，让他们成为文化素质较高的人才。的确，犹太商人的观念是正确的，他们把知识看作致富的力量，因此世界上诞生了一流的犹太商人。

NO 4

靠学识去赚大把的钱 粗俗者成不了大商人

“商人要学识渊博”，这是犹太人提出的谋钱口号，同时也是他们的经商法则。学识渊博不仅可提高商人的判断力，还可以增加他的修养和风度。一个文质彬彬和一个粗俗不堪的人，分别去应酬同一宗生意，成功机率性大的必然是前者。

钻石是一种昂贵的商品，也是属于“女人”的商品，按犹太人的经商法来说，钻石是一种很赚钱的商品。假如是一个学识渊博的商人，他除了了解自己的商品以外，还了解自己商品所针对的顾客的心理，尽力满足她们的需要，选取合适的场所，必要时客气而又不失风度地与顾客周旋，取得顾客的信任和重视。顾客对你的商品开始注意，这样生意就成功了一半。但是，假如是一个见闻狭隘、学识粗浅的商人，他既不懂得怎样设置排面，创造气氛，也不知道怎样招揽顾客，更不知道怎样树立自己的信誉，衣饰粗俗，满口粗话，这样，顾客未进门也许就给吓跑了，还能赚什么钱？

但是，有的人仍然不明白，钻石和学识渊博到底能搭上多少关系？又怎使

犹太人手中的钻石产生这么大的魔力？成功钻石商人经营钻石生意时到底应具备哪些条件？

有个日本商人，他对犹太商人的经商法则掌握得很好，并取得了贩卖女人用的手提包的成功，在经营服饰品贸易中立住了脚跟。他想进一步扩大营业范围，就看中了犹太人发财的钻石生意，但他又了解到日本的钻石生意很不景气，许多像他那样曾对钻石生意抱有很大信心的人都失望而归。失败的原因众说纷纭。为了避免遭受同样的命运，这个日本商人拜访当时有名的世界钻石大王玛索巴氏，向他提出这些疑问。

“钻石生意要取得成功，究竟必须具备哪些条件？”

玛索巴氏毫不客气地回答他：

“要想成为钻石商人，必须先要拟好一个一百年的计划。也就是说，单靠你一生的时间是不够的，最少要赔上你孩子那一代，要两代人的时间才行。同时，经营钻石买卖，最要紧的一点是获得别人的尊敬和信任，被人尊敬和信任是贩卖钻石的必

备基础。因此，钻石商人学识要非常渊博，无论什么事都能知道才好。”

玛索巴氏想考一考日本商人的学识，冷不丁问：

“你知道澳大利亚近海一带有些什么种类的热带鱼吗？”

日本商人被问得哑口无言。



被玛索巴氏抢白了一顿，日本商人当然有些懊恼，但他又不能不由心底里佩服玛索巴氏的学识和经商的经验。他认为钻石生意要两代以上，其实这是客气地讲，事实上要是学识渊博，一代或两代的时间就能解决，是远远不可能的。犹太人本身也是在继承几千年祖先留给他们的经验的基础上才拥有了这样丰富的学识。至于怎样才能获得别人，尤其是顾客的尊敬和信任，其途径只有一个，

即学识渊博。因此可以说，钻石商人比任何商人更需要学识渊博。

学识渊博的犹太商人还遵循着另外一条原则，那就是他们绝对不和见闻狭隘、教育水准低、品德卑下的钻石商人来往。因为，与粗信人交往不但不会给自己带来效益，反而会影响到自己的信誉。结交一些同样学识渊博的商人做生意朋友，则不但可以互相得益，而且可以提高信誉，使自己的钻石事业立于不败之地。

NO 5

一口吃掉困难 只要付出，就会换来回报

犹太商人不怕挣不上钱，只怕缺乏积极进取的挣钱精神，因此他们敢于迎战各种困难，相信只要自己付出，就会换来回报。

正因为犹太人具有积极进取精神，所以遇到困难总能设法把它转变为积极面，帮助其克服困难。犹太民族在二千多年前失去了家园，流散在世界各地，但他们没有因此丧失了志气和民族的凝聚力，却一代代地生存下来，要为犹太复国而世代奋斗，不屈不挠，终于在本世纪40年代中期建立起以色列国。

犹太人对于个人的事业同样充满着积极进取精神，他们具有碰触困难的勇气，敢于向厄运挑战。正是这种精神，使许许多多的犹太人在各个领域出人头地，业绩卓著。

在商界中，无数犹太人成为行业之王，他们基本上都是凭着积极进取精神，两手空空地创立的。约瑟夫·贺希哈是一位犹太人，出生在拉脱维亚的一个贫苦家庭，1908年随着父亲迁到美国纽约市

的布鲁克林区汉堡特贫民区。他们一家人在立足未定之时，当年5月一场火灾殃及他们的家，连屈指可数的家中财物也被熊熊烈火吞噬了，约瑟夫·贺希哈从此沦为在垃圾桶中寻找食物的小乞丐。

在美国这个号称世界经济最发达的国家，年幼的约瑟夫·贺希虽然在学校读书机会不多，但他受父母的精神影响，人穷志不穷，他在乞丐的生涯中，时刻渴望有朝一日事业有成。他不像其他一些孩子，由于所受的教育太少，环境的恶劣把他们的眼睛和志向都蒙住了，催化了他们不思奋发，甚至有的走向可怕道路，诸如小偷小摸、打砸抢、吸毒贩毒、卖淫及至加入黑社会等。

约瑟夫·贺希哈在流浪街头觅食中，每天拾获别人废弃的报纸，他就坐在街边的石椅上看个不停，晚上借助路边灯光阅读捡来的书。在这么一种恶劣的环境下，他慢慢地对书报上的经济信息、股市行情产生了兴趣，他决心从股票方面发展自己的事业。

一般人听起来会觉得十分可笑，对于一个衣不蔽体、食不裹腹的一无所有者，竟然想发展股票事业，那简直是异想天开。但是约瑟夫·贺希哈就是凭着这股顽强的进取精神，一步一步地向这个发展目标前进的。

1914年第一次世界大战开始了，纽约证券交易所和美国证券交易所都因经营惨淡而关闭了，美国绝大多数证券公司也岌岌可危。就在这个时刻，约瑟夫·贺希哈在奋发进取精神的驱使下，到证券交易所去找工作做。几位在交易所门口玩纸牌的人听到他来找工作，不禁哄然大笑起来，认为他在股市大崩溃的情况下还想做股票工作，是不是神经有问题。

小贺希哈没有灰心丧气，他转身到别的交易所去寻找工作，他接连受到了冷水般泼来的讥笑。但他仍不放弃自己的追求，他到了百老汇大街1加号的依奎布大厦。在爱默生留声机公司找到了一份工作，那是一份干办公室勤杂和午间总机接线工作，工薪很低，每周12美元。他乐意地接受下来。

小贺希哈认识到，“千里之行，始于足下”，人生的奋斗目标，总是从足下开始。他牢牢记住古希腊物理学家阿基米德的名言：“只要给我一个支点，我就能撑起整个地球”。他满腔热情地开始了工作，并珍惜自己获得的一个支点的机会，利用晚间和假日认真钻研股票业务和市场行情。

不久，贺希哈发现爱默生留声机公司发行股票和经营股票，于是他潜心注意着公司的经营情况。他想，自己现在从事的勤杂工作与高层次的股票工作差距太大，怎么能使自己靠拢它乃至参与

它呢？他边工作边注意公司运作规则，边考虑怎么登上这一台阶。一天，他发现总经理办公室里有一个股市行情指示器，他凭着多年钻研股票的知识，深明它的作用。他经过在该公司卖力工作了半年多，在总经理的眼里留下了一点印象。于是，在一天上午，他鼓起勇气，敲开总经理办公室之门，大胆地提出：“总经理先生，我可以做您的股票经纪人吗？”

* * * * *

总经理惊讶后稍沉默了一下，盯着这位犹太小伙子，觉得他半年来工作勤快，反应灵活，并有勇气向自己提出这个要求，心里已默认了。他对贺希哈说：“胆量是股海冲浪的首要条件，你既然有这种勇气，可以试试看吧！”

此后，贺希哈成为爱默生留声机公司股票行情图的绘制员，他运用自己积累的股票知识和行情资料，很快就上手了。在工作中，他对股票买卖领悟更深了，为他日后事业的发展打下了坚实基础。

贺希哈在爱默生公司工作时，节衣缩食，设法为自己积累一点本钱。他每天除了花很少的车费、午餐和零用钱外，其余全部积蓄下来。同时，他还替另一家股票交易所当跑腿，这份兼职工作是从每天下午6时到第二天凌晨2时，来回跑送有关文件，从中每星期赚取12美元的报酬。经过3年的艰辛努力，他积累了250美元。于是，他根据自己的奋斗计划，自己独立成为一名股票经纪人，从此走上发迹之路。不到一年时间，他已经拥有168万美元资产了。

14 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

* * * * *

股海是风云突变的，有时它不为人们意志所左右。当贺希哈的财富积累到超亿美元之时，有一次股市骤然下跌，他买进了一家钢铁公司的股票所赚到的上千万美元及其他多宗赢利，一下亏光了。

这一次惨败没有挫掉贺希哈积极进取的精神，相反，使他更坚定信心，变得更聪明了。他回忆说：“这一次失败给我只留下 4000 美元，几年的奋斗积累几乎输光了，那是我一生最痛苦的一次错误。但是，我认为，一个人如果说不会犯错误，他就是在说谎话。我如果不犯错误，也就没有办法学到经验。”

确实，那次失误后，贺希哈经营股票顺利得多了。到 1928 年，他已经成为每月可以赚 20 万美元的股票大王了。1929 年是他最辉煌之年，当年美国股市是历史上最热闹的一年，几乎全民都加入了股票买卖的行列。丰富的经验已使贺希哈“春江水暖鸭先知”了，他认定大雨和风暴即将来临，他果断地将 1928 年末至 1929 年初大量买入的各类股票，

一分不留地抛售，得到了相当于原来投资十多倍的回报，他一下又赚了超亿美元，成为当时赫赫有名的股票大王。

从约瑟夫·贺希哈的发迹历程中可见，一个人或一个企业的发迹赚钱既容易又不容易，关键在于具备赚钱赢利的人，而这些人必须首先具有积极进取的精神，并能坚持细心观察，认真学习，不畏困难，这样，就有成功的希望和树立胜利的信心。在犹太商人中，诸如连锁经营先驱卢宾、金融巨头金兹堡集团、报业大亨奥克斯、好莱坞老板高德温、地产人王里治曼、石油大王洛克菲勒等，均是这样创立他们的企业王国的。

犹太商人中有那么多的出类拔萃的人物，很关键的一个原因，是他们形成了一种积极进取的民族精神。自幼接受了“我一定要有所作为”的积极观念。由于他们培养了成功的信心，所以能够努力学习，不用扬鞭自奋蹄，应用本身所具有的潜力，使自己高升壮大。这种精神是他们前进道路上的“马达”，加快了他们的速度，增强了他们面对现实和排除困难的信心和力量。这是犹太人的谋钱本领。

NO 6

把自己变成一个高财商者 拿出致富的本领

很多犹太商人都非常推崇美国财富专家乔·史派勒的一本书叫《动手来种钱》，书中他提及了一个只剩下1美分的人，这个人正准备开始用掉1美分时，他突然改变了想法，他把钱换成美金的铜币，他心里告诉自己每次他花掉钱时，就要让钱再以10倍或更多倍的数量再回到手上。这种方法的确奏效！这个人最后终于获得了更多的财富，成了一个富有的人。

* * * * *

在动手“种”钱之前，犹太商人希望你必须明白以下几个问题：

(1) 是淘金还是卖水

19世纪中叶，美国加州传来发现金矿的消息。许多人认为这是一个千载难逢的发财机会，于是纷纷奔赴加州。17岁的小农夫亚默尔也加入了这支庞大的淘金队伍，他同大家一样，历尽千辛万苦，赶到加州。

淘金梦是美丽的，做这种梦的人很多，而且还有越来越多的人蜂拥而至，一时间加州遍地都是淘金者，而金子自然越来越难淘。

不但金子难淘，而且生活也越来越艰苦。当地气候干燥，水源奇缺，许多不幸的淘金者不但没有圆致富梦，反而丧身此处。小亚默尔经过一段时间的努力，和大多数人一样，不但没有发现黄金，反而被饥渴折磨得半死。一天，望着水袋中一点点舍不得喝的水，听着周围人对缺水的抱怨，亚默尔忽发奇想：淘金的希望太渺茫了，还不如卖水呢。于是亚默尔毅然放弃对金矿的努力，将手中挖金矿的工具变成挖水渠的工具，从远方将河水引入水池，用细沙过滤，成为清凉可口的饮用水。然后将水装进桶里，挑到山谷一壶一壶地卖给找金矿的人。当时有人嘲笑亚默尔，说他胸无大志：“千辛万苦地到加州来，不挖金子发大财，却干起这种蝇头小利的小买卖，这种生意哪儿不能干，何必跑到这里

16 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

来？”

亚默尔毫不在意，不为所动，继续卖他的水。哪里有这样的买卖？把几乎无成本的水卖出去。哪里有这样好的市场？结果，淘金者都空手而归，而亚默尔却在很短的时间靠卖水赚到几千美元，这在当时是一笔非常可观的财富了。

* * * * *

一个高财商者无论在什么情况下，都能发现致富的机遇，他们似乎对财富有一种特殊的感觉；而些低财商者，让财富从自己的身边溜走，却毫无察觉。

(2) 小钱和致富

有两个年轻人一同去寻找工作，其中一个英国人，另一个是犹太人。

他们都怀着成功的愿望，寻找适合自己发展的机会。有一天，当他们走在街上时，同时看到有一枚硬币躺在地上，英国青年看也不看就走了过去，犹太青年却激动地将它捡了起来。

英国青年对犹太青年的举动露出鄙夷之色：连一枚硬币也捡，真没出息！

犹太青年望着远去的英国青年心中感慨：让钱白白地从身边溜走，真没出息！

后来，两个人同时进了一家公司。公司很小，工作很累，工资也低，英国青年不屑一顾地走了，而犹太青年却高兴地留了下来。

两年后，两人又在街上相遇，犹太青年已成了老板，而英国青年还在寻找工作。

英国青年对此无法理解：“这么没出息的人怎么能如此快地发了财呢？”犹太青年说：“因为我不会像你那样绅士般地

从一枚硬币上走过去，我会珍惜每一分钱，而你连一枚硬币都不要，怎么会发财呢？”

英国青年并非不在乎钱，而是眼睛总盯着大钱而对小钱弃之不理，所以他的钱总在明天，这就是问题的答案。

对于一个高财商者来说，金钱的积累是从“每一个硬币”开始的，一个成功致富的人决不会因为钱小而弃之，他们知道任何一种成功都是从一点一滴积累起来的，没有这种心态就不可能获到更大的财富。

对金钱的态度也反映了一个人对待人生和事业的态度，只有在任何时候都不好高骛远的人，才能脚踏实地地为自己的前程打下坚实的基础。反之，不但不能得到大的财富，小的财富也会与之失之交臂。

(3) 掌握得到财富的机会

* * * * *

我们可以发现，辛勤者中间有着贫富之分，而在成功的辛勤者中间，成就亦有高低的差别，但有一些表面上并不辛勤的人，却能成功致富。正是这些差异的出现，社会面貌才呈现出多姿多彩的变化，而促成社会面貌变化的其中一个重要因素就是机会。因此，有人曾说过这样一句话：“机会是上帝的别名”。在特定的时间里，各方面因素配合恰当，就会产生有利的条件，谁最先利用这些有利条件，运用手上的人力、物力，从事投资，谁就能更快、更容易获得更大的成功，赚取更多的财富。这些有利条件便是机会，一个高财商的人懂得掌握这些得到财富的机会。

要拿到红利，必须先拿钱投资。同样，想获得机会，则必须先有所牺牲——牺牲自己的时间、收入、安全生活和享受等等，随时全神贯注地做好准备，一有机会出现，便跳起来将它抓住。但是我们创业致富，常常要靠一些运气。而运气不是机会，不要把两者混淆，否则，就会作出错误判断，招致损失。

* * * * *

运气带有偶然、意外的性质。有个人去买彩票，结果中了 1000 美金，这是运气。提炼青霉素的弗莱明原意是要培养葡萄球菌，霉菌的出现出乎他意料之外。对他来说，霉菌是个不速之客。中彩与发现青霉素有显著的区别，中彩纯属意外，那是运气，没有夹杂机会在里面；而发现青霉素的事，则在运气之外夹杂着机会。用某种方式培养葡萄球菌，就会培养出霉菌，但弗莱明那时并不知道这个现象，这是客观的事实。只要他对这个现象进行研究，方法正确，就有可能发现青霉素。提炼出青霉素，无形中给霉菌创造了医学价值，也为弗莱明带来了声誉和成就，这也是机会。

买彩票而中彩无论怎么样，都纯属意外，除了中奖者捡得一次便宜之外，并没有创造什么价值，也没有得到创造未来的有利条件，因此不是机会。

弗莱明发现霉菌之后，他可能有两个反应：一是觉得霉菌的出现，干扰了他对葡萄球菌的研究，把它当作麻烦事，不予重视；二是觉得好奇，进行研究。如果弗莱明采取前一种态度，发明青霉素的就不会是他，而是别人了。弗莱明能够及时掌握机会，结果获得了成就。

在创富的过程中，也要分清机会和运气，我们不排除运气，但是更重要的还是要用自己的财商，挖掘藏在生活中的机会，也只有这样，你才能得到财富，成为一个成功的立体人。

(4) 贪心的乞丐

富翁家的狗在散步时跑丢了，于是在电视台发了一则启事：有狗丢失，归还者，付酬金 1 万元，并有小狗的一张彩照充满大半个屏幕。启事发出后，送狗者络绎不绝，但都不是富翁家的。富翁太太说，肯定是真正捡狗的人嫌给的钱少，那可是一只纯正的爱尔兰名犬啊！于是富翁把酬金改为两万元。

原来，一位乞丐在公园的躺椅上打盹时捡到了那只狗。乞丐没有及时地看到第一则启事，当他知道送回这只小狗可以拿到两万元时，真是兴奋极了，他这辈子也没交过这种好运。

* * * * *

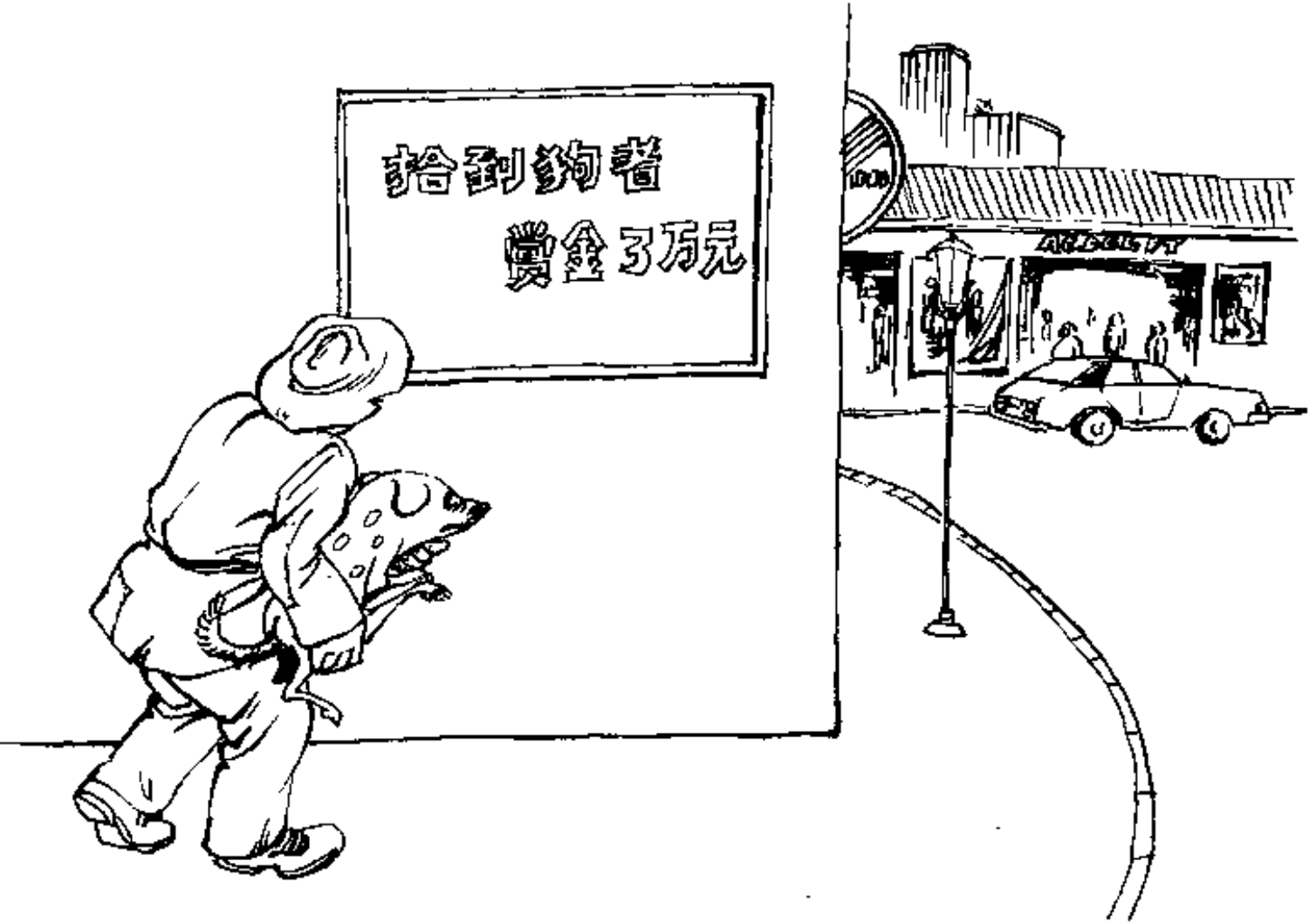
乞丐第二天一大早就抱着狗准备去领那两万酬金。当他经过一家大百货公司的墙体屏幕时，又看到了那则启事，不过赏金已变成了 3 万元。乞丐驻足想：这赏金增长的速度倒挺快，这狗到底能值多少钱呢？他改变了注意，又折回他的破窑洞，把狗重新拴在那儿，第四天，悬赏额果然又涨了。

在接下来的几天时间里，乞丐没有离开过大屏幕，当酬金涨到使全城的市民都感到惊讶时，乞丐返回他的窑洞。可是那只狗已经死了，因为这只狗在富翁家吃的是鲜牛奶和烧牛肉，对这位乞丐从垃圾筒里捡来的食物根本受不了。

乞丐不渴望财富吗？当然是渴望，

18 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

但是他没有抓住得到财富的机遇，所以只有看着它溜走了。高财商，不仅可以让你懂得如何创造财富，同时还能够让你知道在财富的机遇面前，应该如何去抓住它。



NO 7

机智是取胜的筹码 你不是机灵鬼，别人就是机灵鬼

犹太商人认为机智是赢得胜利的砝码。来看一下犹太人机智的故事：

有个犹太富翁病人膏肓，死期已近，便口述遗书，让人笔记：

“我将悉数财产留予送达此遗书至你处的忠实奴仆；我儿尤第雅，你可由我之所有物中选择一项。”

犹太富翁不久死去，奴隶得了财产，兴冲冲将遗书拿去给拉比看，然后同拉比一起去见富翁的儿子。拉比对富翁的儿子尤第雅说：

“你父亲已将财产送予奴隶，你只能取其中一件东西，你自己选择吧。”

尤第雅毫不犹豫地说

“我选择这个奴隶。”

尤第雅既拥有了奴隶，又拥有财产继承权。

这个富翁非常聪明，他临死时儿子不在身边，便想出这条计策，否则奴隶会侵吞他的财产而不通知他的儿子。真是有其父必有其子，他的儿子也是绝顶聪明的。

保守秘密是值得依赖的试金石，然而如何来保守秘密却不是件容易的事情。常有人从甲处听来秘密传给乙，似乎是对乙很信任，其实他已经辜负了甲对他的信任。有位拉比说：“只要秘密仍在你手中，你就是秘密的主人，但当秘密说出来后，你便成了它的奴隶。”上面这个故事，那个临死的富翁是最机智的人，他不但能保证奴隶将遗书送给儿子，而且还能把自己的财产全部留给儿子而不被奴隶吞掉。同样，拉比是机智的，他并没有直接说出遗嘱中暗含的玄机，从而为富翁保守了秘密，当然，犹太富翁的儿子更是机智无比，聪明绝顶！回到我们的商业经营当中来，机智更是度过难关，反败为胜，绝处逢生的利器。

售货员费尔南多是一个犹太人，一次礼拜五他去了一个小镇，但由于身无分文而无法食宿，他便找犹太教堂的执事，执事对他说：“礼拜五到这里的穷人特别多，每家都住满了，惟有金银店老板西梅尔家例外，可是他从不接纳客

20 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

人。”

费尔南肯定地说：“他肯定会接纳我的。”

之后，他就去了西梅尔家，等敲门后，他神秘兮兮地把西梅尔拉到一旁，从大衣兜里取了一个砖头大小的沉甸甸的小包，小声说：

“请问您一下，砖头大小的黄金值多少钱？”

金银店老板眼睛一亮，可是这时已到了安息日，不能继续谈生意了，为了能做成这笔生意，他便连忙挽留费尔南多在自家住宿，到明天日落后再谈。

* * * * *

于是，在整个安息日，费尔南多都受到热情款待。当周六晚上可以做生意时，西梅尔满面笑容地催促费尔南多把“货”拿出来看看。

费尔南多故作惊讶地说：“我哪有什么金子，只不过是想问一下砖头大小的黄金值多少钱而已。”

费尔南多的机智在于巧妙地利用了西梅尔求财心切的心理，而且以错误的暗示让他上当。

还有，在商业活动中，总有被偷或被骗，别人赖账的时候，那么让我们来看看犹太人如何机智地应对这种情况。

有个犹太商人来到一个市场里做生意，当他得知几天后这里所有商品大甩卖时，就决定留下来等待，可是，他身上带了不少金币，当时又没有银行，放在旅店也不安全。

经过反复思忖，他独自来到一个无人的地方，就在地里挖了一个洞，把钱埋藏起来，可是当他次日回到藏钱的地

方时，他发现钱已经丢了。他呆呆地愣在那里，反复回想藏钱的情景，当时附近没有一个人啊，他怎么也想不出钱是怎样丢的。

正当他纳闷之际，无意中一抬头，发现远处有间屋子，可能是这家屋子的主人正好从墙洞里看到他埋钱了，然后，将钱挖走。那么，怎样才能把钱要回来呢？

经过认真考虑，他去找那屋子的主人，客气地说道：

“您住在城市，头脑一定很聪明，现在我有一件事想请教您，不知是否可以？”

那人热情地回答说：“当然可以。”

犹太商人接着说道：“我是来这里做生意的外地人，身上带了两个钱袋，一个装了 800 金币，一个装了 500 金币，我已把小钱袋悄悄埋在没人的地方。但不知道这个大钱袋是交给能够信任的人保管呢，还是继续埋起来比较安全呢？”

屋子的主人答道：

“因为你是初来乍到，什么人都不该相信，还是将大钱包一块埋在藏小钱包的地方吧。”

* * * * *

等犹太商人一走，这个贪心不足的人马上取出偷来的钱袋，立刻放在原来的地方。这个可把躲藏在附近的犹太商人高兴坏了，等那人一走，马上将钱袋挖了出来，一溜烟跑了。

这个犹太商人能够将落入别人口袋的东西又拿回来，手段确实高明。因为他知道，每个人都有贪心，且贪欲无限膨胀，要让小偷把钱交出来，只能激起

其更大的贪心，这个犹太人的机智就在于巧妙地利用了人的这种心理。

经济上的借贷行为在商人中间再平常不过了，但若问借了钱是债主急，还是债务人急，特别是钱到期不还的时候，犹太人一针见血地指出，肯定是债主，这很符合我们现在的实际。看看那些欠银行一屁股债的大爷阔少，个个神气活现，而银行却又不敢动他们，深怕他们真绝了财路银行就一个子都收不回。犹太商人可谓深谙其中之道理。不过，对于讨债，他们自有高招。

*** **

梅思是个服装商，向布商卡拉批发了 1400 美元的布料，却一直未结账。卡拉派人去催了几次款，梅思每次要么避而不见，要么溜掉。给他写了几封信，梅思仍然不理不睬，这使卡拉束手无策，干着急没办法。

这时，卡拉的一个犹太朋友给他出了点子：

“这不妨写一封催款信给梅思，让他尽快还 2000 美元的债看他如何。”

果然，卡拉的信刚发了 3 天，梅思就回信了，信中说：

“卡拉，你这混蛋，是不是脑子出问题了？我明明只批了你 1400 美元的货，你为什么诈我 2000 美元？随信寄 1400 美元，以后再也不和你做生意——要打官司吗？你准输。”

犹太朋友的这则讨债秘方实际上是一个非常巧妙的以攻为守的攻心战。本来卡拉很被动，只要对方躲避他，他就毫无办法，打官司吧，又不值得，而梅思之所以避而不见，只是想拖着不还，并不是想彻底赖账。而现在 1400 美元的债突然变成 2000 元，这就使梅思不得不回信并辩解了，否则一旦真打起官司，那就得不偿失了。这样，原先主动的梅思正好上了犹太人的以讹诈讹之计，一下子变为守势。为了免去更大的麻烦，只好还债。

犹太人认为，商业场上难有一帆风顺，如何面对困境，从容应付；如何面对危险，机智化解，这都是成功商人所必需的素质，更何况你不是机灵鬼，别人就是机灵鬼呢？

NO 8

跳出束缚，眼光看开 全面权衡，才能成大事

战略决策，是争战的最大、最重要的问题。要正确进行战略决策，首先要慎重，其次要会做战略决策。在商海征战、企业运营中，都必须讲究“决策术”。决策正确与否是影响经营目标完成的先决条件和重要因素，决策者必须熟知自身条件和外事环境，谋长远、谋全局、谋效益、慎重仔细、经深思熟虑、谋而后战，力争使经营决策具有科学性、准确性，以指导生产经营活动顺利达到目标。否则，只能功篲一亏。

* * * * *

1954年，时为营销员的犹太人克罗克第一次走进了圣伯丁诺的麦当劳，他立刻被那神奇所吸引，从此他便与麦当劳结下了不解之缘。

麦当劳本为麦氏兄弟所创，最终被克罗克发扬光大。克罗克为此付出了许多努力与艰辛。

1954年克罗克经过与麦氏兄弟协商

与麦氏兄弟签订了合约，开始了对麦当劳的经营管理。

随着克罗克在速食业中的发展，麦当劳兄弟的阻碍作用也越来越明显了。由于麦氏兄弟目光短浅，克罗克的连锁原则得不到充分的发展。麦氏兄弟却贪婪地取得了克罗克仅有的1.9%服务费中的0.5%做为权利金，这严重阻碍了麦当劳的扩展。

自1961年初开始，麦当劳兄弟和克罗克就为麦当劳出让一事进行磋商。

最后，麦氏兄弟开价了：

“我们一定要270万美元。一定要现金……一分也不能少！”

克罗克差点要晕了，他没想到他们竟会这样狠心。

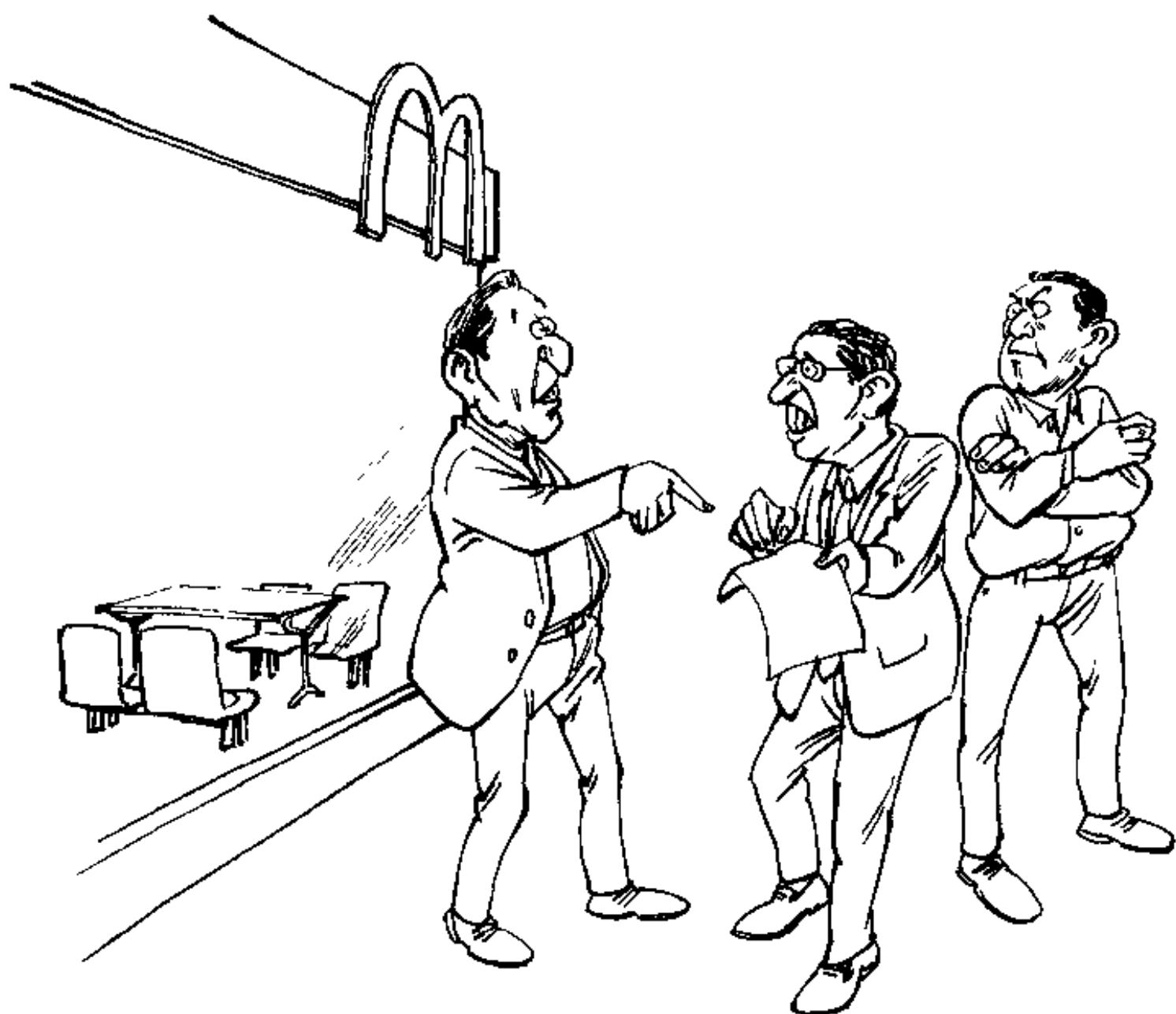
但是，他却一筹莫展。因为：当时克罗克与麦氏兄弟俩签约的时候，并没有发现那里面简直让人无法接受的苛刻限制。他当时过于急躁和匆忙，以至于没能全面均衡，从而为以后的发展埋下了很深的隐患。

合约里有这样一项规定：在未获书面许可以前，任何麦当劳兄弟设定的快速服务系统，都不得转变、修改或做任何变动。

任何事物都是发展变化着的，为了适应这发展变化的情况，就必须不断更改旧的、过时的东西。克罗克在从事速

食业的7年中，在麦氏兄弟的默许下，对麦当劳的诸多制度进行了修改，但麦氏兄弟从未出示过相关证明。严格地讲，克罗克无时无刻不在违反合约。

克罗克卖出去的连锁越多，违反合约的地方就越多，这就成了恶性循环。这对克罗克来说，简直就是糟透了。



麦氏兄弟虽然并没有威胁说要控诉克罗克违反合约，但不安时时萦绕着克罗克。稍有不慎，惹翻了麦氏兄弟，克罗克就有得受。

到1960年，麦氏兄弟与克罗克的10年合约期限，仅剩4年。虽然克罗克有权再续10年，但由于技术违约太多，只要麦氏兄弟不高兴，续约也就泡汤了。并

且，麦氏兄弟随时都可以控制连锁权。

倍受折磨的克罗克开始与麦氏兄弟就续约一事磋商。克罗克想先续90年，并希望以得到自己可以开店的权利。麦氏兄弟派法律代理人卡特，与克罗克直接磋商。卡特坚持不改动原合约条款，但麦氏兄弟表示愿意有弹性地接受要求。

1961年2月，双方正式签订续约。

24 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

克罗克得到 99 年的续约，并且可以在麦当劳系统公司下直接开设连锁店；在不改变“店面设计、大小、外观”的情况下，可以改变新店的蓝图。

然而事情并没有结束，麦氏兄弟与克罗克之间隔阂日深。

克罗克一边设法筹款，一边委托律师伯纳草拟连锁权转让合约。

几经周折，克罗克终于如愿以偿。

由于计划不周及受不可抗力的阻挠，克罗克在营造麦当劳宏伟蓝图的过程中，饱受煎熬。在一定程度上，麦当劳公司的蒸蒸日上，可谓姗姗来迟。克罗克的成功之路真是应验了犹太人的经商之道：“跳出束缚，眼光看开”。

第二章

算钱术：把钱匣子藏在心里

生意人之所始终“生财有道”，最重要的原因是他们拥有一套特殊算钱法则：78:22 的经商法则。

——犹太商人的金钥匙

犹太商人的富脑袋

我们常常听到人们这样说：“世界的金钱装在犹太人的口袋里”。犹太人从人口上说只占世界总人口很小很小的比例，但他们的富有却是众所周知的。无论是在世界首富的美国，还是在亚洲富庶的日本，犹太人都在金融界或商业界独占鳌头，百万、亿万富翁不乏其人。那么他们为什么能拥有这么巨大的财富呢？这光靠有一个聪明的头脑是不够的，关键是他们掌握了 78:22 的经营魔法。

NO 9

只有会算钱，才能会挣钱 巧打算盘巧获利

在犹太人看来，凡是挣钱的人，总不能稀里糊涂，挣多少算多少，最起码应该弄明白要想挣多钱，必须先要算好钱，心里总有一本明明白白的帐。这个问题，看似简单，其实不然，尤其是始终有精确的算钱术，就更难了。

犹太商人的心算本领，成为其对经营判断和对外谈判的高招。事实上，犹太人这种本领非属天赋的，而是训练得来的。他们从长期的经营实践体会到“数中有术，术中有数”的道理。这就是说，经营者要重视对各种数量关系的分析，以便在数量的计算中寻求有效的对策和方法，克敌制胜。

经过漫长的岁月检验，可以说，世界上任何民族都没有犹太人那么钟情于数字带来的各种方便和好处，他们根据一代代犹太前辈对数字研究的经验，使枯燥的数字变得生动起来。在这些数字中，他们找到了一条赚钱的法则，即 78：22。

犹太人总是用准确的数字来描述生活中的每个细节。例如中国人在描述天气时一般是说：“今天很冷”、“今天比昨天热”等等。这些语言概念都比较模糊，而犹太人则总是习惯于把冷热程度用准确的数字来表示：“今天 37℃”，“今天 38.5℃”。

* * * * *

钟爱数字，使用数字，这是犹太人在几千年的漂泊生涯中总结出的经验。犹太人认为，商人必须注重数字。但这并不是说犹太人只在经商时注重数字，而是让数字覆盖于生活的每个角落。

阿拉伯数字最初是由印度人发明的，后来由阿拉伯人传到欧洲。但是如果你问：“阿拉伯数字 1 为什么代表一呢？同理，2、3、4……为什么分别表示二、三、四……呢？”相信不管是阿拉伯人还是印度人，对这个问题都会哑口无言。即使

28 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

数学知识渊博的人也不会一下子就回答出来。但是犹太人却能回答：“因为1有一个角，所以表示一，2有两个角，所以表示二，其余依此类推……”

如果你再进一步问犹太人：“可以证明吗？”

犹太人就会毫不犹豫地回答：“这是犹太人的公理，公理是不必证明的，四千年的悠长岁月已经给它证明了！”

由此可见，犹太人比其他民族更注重数字，凭着对数字进行揣摸的几千年的经验，从平凡的数字中找出了一条78：22的赚钱法则，其享誉者除了犹太人，还能是谁？

根据犹太人的经验，买卖人注重数字是理所当然的。但这并不是说犹太人只在经商时注重数字。相反，犹太人同样把注重数字作为生活的一部分。

正是由于犹太人拥有这么多的数字知识，数字无论在生活中还是在商业里，他们都可以运用自如。

犹太商人继承了犹太民族的这一传统，尽管犹太人后裔没有个个都从业于金融界，但即使在其他行业，犹太商人也多以金融或资产管理见长，而不是技术业务见长。许多犹太人大企业家都是通过法律、财务和投资银行的途径，走上公司上层的。有人调查了一下美国企业界，发现即使在产业界里担任重要职务的犹太企业家也多为从事金融或财务出身的。比如，杜邦公司的董事长欧文·夏皮罗最初的职业是会计；海湾和西方工业公司的查尔斯·布卢德霍恩原为证券分析员；西太平洋工业公司的霍华德·纽曼原为金融家；迅捷美国公司的米苏莱

姆·里克利斯原为股票经纪人；沙伦钢铁公司的维克托·波斯纳原为不动产投资商；通用动力公司的亨利·克朗原为金融家，等等。所以，人们普遍认为，犹太商人对于摆弄数字要比解决生产中的技术性问题更加在行。这句话应该说是有一定道理的，至少在那个掌握着大批采矿企业却分不清矿坑和一般坑的世界钻石行业巨头巴纳特身上是如此。

* * * * *

巴奈·巴纳特是一个旧服装商的儿子，小时候就读于一所主要由罗思柴尔德家族捐助，专为穷孩子建立的犹太免费学校。他最初打算当一个演员，但有关南非容易致富的传闻，使他改变了主意。他设法弄到了40箱雪茄，作为经商资本，就离开了伦敦来到南非。

巴纳特的雪茄原打算卖给探矿者，但到那里之后，他却以此为抵押，获得少量的钻机，从这开始，短短几年的时间里，巴纳特就成了一个富有的钻石商人和从事矿藏资源买卖的经纪人。他不是坐在城里等着找矿者送上门来，而是步行或骑马到矿上到处转悠，寻找便宜货，并即时买下一些别人出售的矿区。当这种生意进行得不顺利时，他就转做其他生意。1876年，他以自己的全部财产共3000英镑买下了毗邻他原有矿区的一些小矿区，这些矿区经疯狂开采，一周可获得20克拉钻石和2000英镑利润。他发财了。

巴奈·巴纳特原先只喜欢钻石、金子和纸币这类看得见摸得着的财富，而不

赏识股票之类的玩意儿。但最终，随着他的投机买卖的扩大，巴纳特也不得不走进证券交易所。

1880年，巴纳特为创办资金达115000英镑的“巴纳特钻石公司”，发行了大量股票，这些股票在几小时内即被抢购一空，所集的资金超过原先要求的3倍。第二年，公司股票随同南非证券交易所的股票一起大跌，但他保有足够的股份以维持自己的企业，并乘机折价买下了大量充斥市场的其他股东抛出的股票。这一出一进之间，其他股东最初投放的资金有相当大一部分无偿归属了他。到以后证券市场复苏之后，公司的股票跟着上涨，巴纳特越发富有了。

1888年，巴纳特的“巴纳特钻石公司”和由另一个犹太裔人罗得斯控制的“德·贝尔矿业公司”合并，组成“德·贝尔统一矿业公司”，公司的股份共计2万股，每股为5英镑，其中巴纳特占了6000股，为最大股东。这一新的集团取得了世界钻石出产的垄断权，并且至今仍是世界最大的钻石生产企业，约占全球产量的90%。

巴纳特从在伦敦时一文不名的穷小子，到38岁时，已经成了资产以百万计的大富翁。他四面出击，投资开采兰德金矿和购买新兴城市约翰内斯堡的地产。有一段时间，南非经济萧条，但巴纳特却充满信心，低价收购了大量的地产和股票，还投资酒类贸易、建筑材料、运输、印刷出版等行业。随着萧条结束，市场重新趋于繁荣，巴纳特也成了投机家的代表，他走到哪里，证券交易市场就跟到哪里。

以后，巴纳特又建立了主要经营地产和黄金开采的“约翰内斯堡统一投资公司”，该公司名义资本为1000万英镑，但由于行情一路上涨，股票的市场价很快超过了6000万英镑，其中约2000万英镑为巴纳特个人所有。

更绝的是巴纳特建立了一家专门为他抛售股票的银行。1895年，他创办了一家以1英镑为1股，共拥有名义资产350万英镑的股份银行。股票异常受欢迎，人们纷纷争购，一夜之间价格就翻了一番，随后又增加到面值的3倍。但这家银行同正统观念中的银行没有任何相同之处，它只是一家专门抛售巴纳特所拥有的南非各企业的股票的信托公司。好在利润较高，股东们也无异议。

* * * * *

巴纳特最后遭受多重打击，包括他公司的股票莫名其妙地行情大跌，一直值4英镑的银行股票也下跌到仅值30先令；英布战争带来的南非困难局面长期持续，他的银行摇摇欲坠；他受到新闻媒介的攻击，甚至生命也受到威胁，终因精神崩溃而自杀。

巴纳特的整个实业生涯非常典型地反映了许多犹太企业家的共同特点。他从一开始对矿业，无论钻石矿还是金矿都一无所知，最后也知之不多，对于他自己组织的公司和银行如何经营、如何管理，他也从来没有把握住，完全交给了他的两个侄子。但他在“摆弄数字”和决定投资方向方面，却有一种公认的天赋，一种类似于本能的直觉。这也许

30 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

足以证明，犹太商人确实对钱自身的运行与机制有着一种天然的亲和。这或许得之于他们悠久的放债传统，使他们能“赤手空拳”地闯进实业界，并在最短的时间里发迹起来。而这种模式的普遍存在和广泛适用，只能证明，犹太商人的经营方式同现代金融资本主义有着高度的契合。

在犹太商人的经商理念中，如果你要赚钱，就要把数字准确地运用到生活中，并经常地接近它，否则是要吃亏的。

有一次，一位犹太服装商人到中国一家服装加工厂去参观，工厂的厂长陪着这位犹太商人，在参观过程中滔滔不绝地介绍本厂的产量和产值，那犹太人在一位女工作业台前停了下来，问厂长：“这些女工每小时平均工资是多少美元？”

* * * * *

厂长一下被问住了，沉思了半晌后说：“呵，她们月薪平均 850 元人民币，每个月工作 25 天，即每天 34 元人民币。一天工作 8 小时，即……”

厂长尚未算出每小时的人民币工资数，那犹太商人却说：“呵，每小时 0.50 美元，现在人民币对美元的汇率为 8.50 元比 1 美元。”

我方的人员为他心算的快捷而惊讶。事实上，犹太商人都有这么一套心算本领，有人说他们有心算的天才。这位犹太服装商接着从厂长介绍的总产量、每个工人的日产量及每套服装的用料量，很快心算出每套服装的成本。换言之，从工厂的报价中，一下就算出其利润多

少，从而订出他对工厂还价的对策。

与中国人相比，犹太人却截然不同，他们拥有强烈的数字意识和丰富的数字知识，不论是在日常生活中，还是在经商之时，他们都可以将数字玩弄于股掌之上。犹太人的皮包里一直备有计算器，他们对数字有绝对的自信心。他们把数字运用于经商，以 78:22 法则为基础，这是犹太人经商的第一步。这个问题，我们将在下面讨论。

作为买家，当然首先要从自己购买意图出发，选择什么样的花色、款式、品种和什么样的价格水平才能适应自己经营的市场需求。但同样需要弄清楚被采购的产品相关的数量关系，才能有理有据地与卖家进行讨价还价的谈判，从中确保自己的期望利益。

做买卖，一切活动离不开精确的数量计算，满足于“估计”、“大概”、“差不多”，那容易产生偏误，甚至会成为一笔糊涂帐，导致经营的失败。犹太商人深明大义，他们在步入商界之前，就学会了数量的计算，由于世代相传，心算的技巧就特别好，准确而迅速。

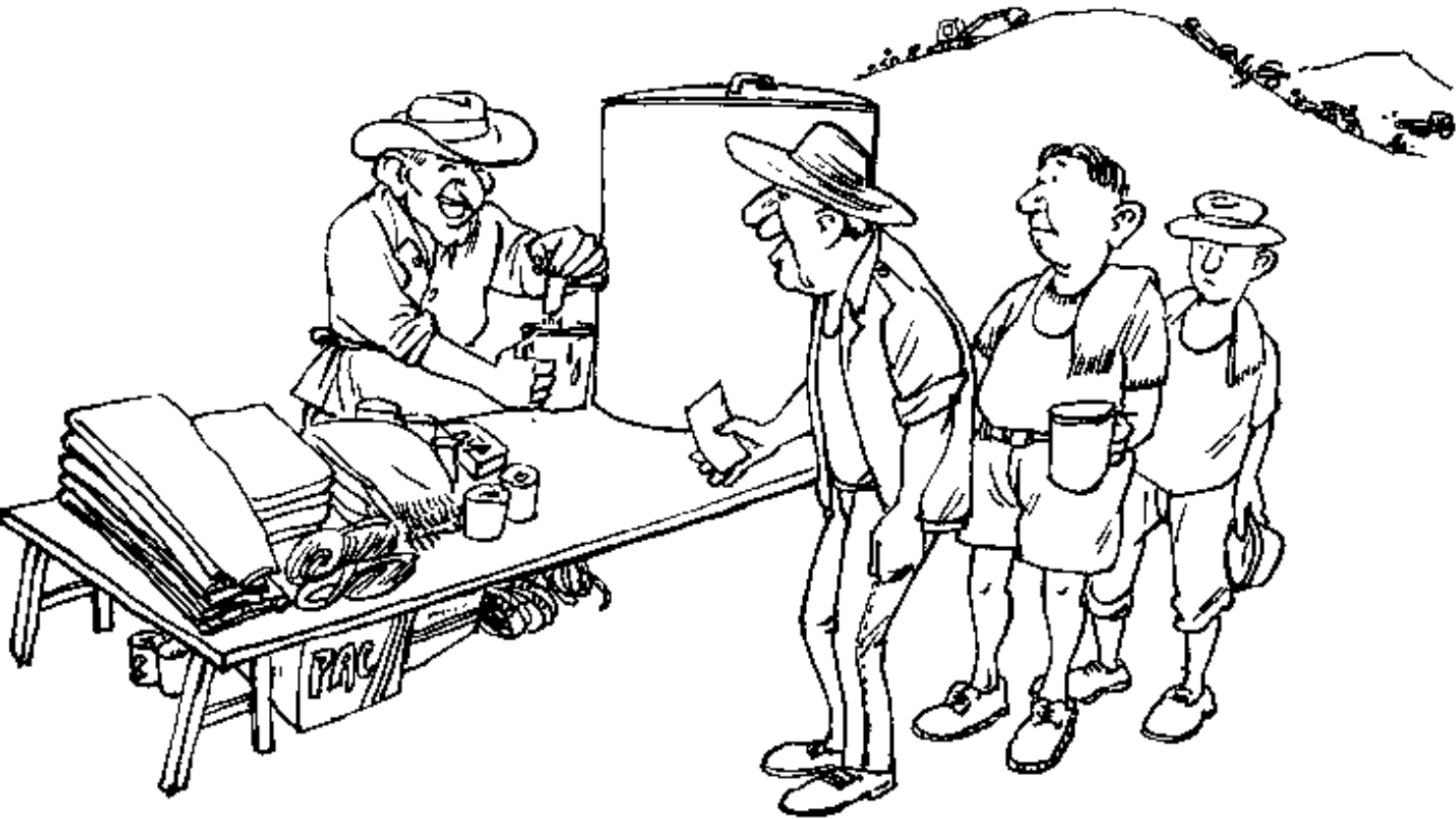
如牛仔裤创始人李威·施特劳斯，他是个犹太人。因家境不佳，1870 年跟随别人从德国到美国西部参加淘金热潮，希望能淘金发财。到了旧金山后，经过几星期的淘金生活，他发现那里人山人海，淘金者中确有人因此赚到了一些钱。但他想，每日从早到晚疲于淘挖不止，一个月也只不过获得几十美元。如果在矿场上做生意，供应给千千万万的矿工生活必需品，每 100 美元营业额赚得 20 美元，每天做 100 美元的生意，一个月足

可以赚 600 美元。何况那么多的矿工在这里，每天何止做 100 美元的生意呢？

经此谋算后，李威决定不干淘金活了，自己开始摆卖凉水及一些小百货。果然不出所料，一开始的第一个月的经营，营业额达 5000 美元，他赚到超 1000 元的利润，与一名淘金者相比多赚了几十倍的钱。以后，随着他经营品种的增

多，赚钱也更多了。在此基础上，他创造了适合矿工需求的牛仔裤，很快走上发财致富之路。可见，善于谋算是犹太商人成功的经验。

上面这个例子，给我们一个启示，善于算钱，才能挣钱。不会算，则是一种盲目经商。



No 10

掌握 78:22 的经营魔法 保证生财有道的黄金定律

犹太人之所以始终“生财有道”，最重要的原因是他们拥有一套特殊算钱法则：78:22 的经商法则。

我们常常听到人们这样说：“世界的金钱装在犹太人的口袋里。”犹太人从人口上说只占世界总人口很小很小的比例，但他们的富有却是众所周知的。无论是在世界首富的美国，还是在亚洲富庶的日本，犹太人都在金融界或商业界独占鳌头，百万、亿万富翁不乏其人。那么他们为什么能拥有这么巨大的财富呢？这光靠有一个聪明的头脑是不够的，关键是他们掌握了 78:22 的经营魔法。

* * * * *

犹太人认为，在一个国家中，富有的人远远少于一般大众，但富有人所持的货币却压倒大多数人。也就是说，一般大众所持有的货币为 22%，而富有人所持的货币是 78%。因此，做生意必须

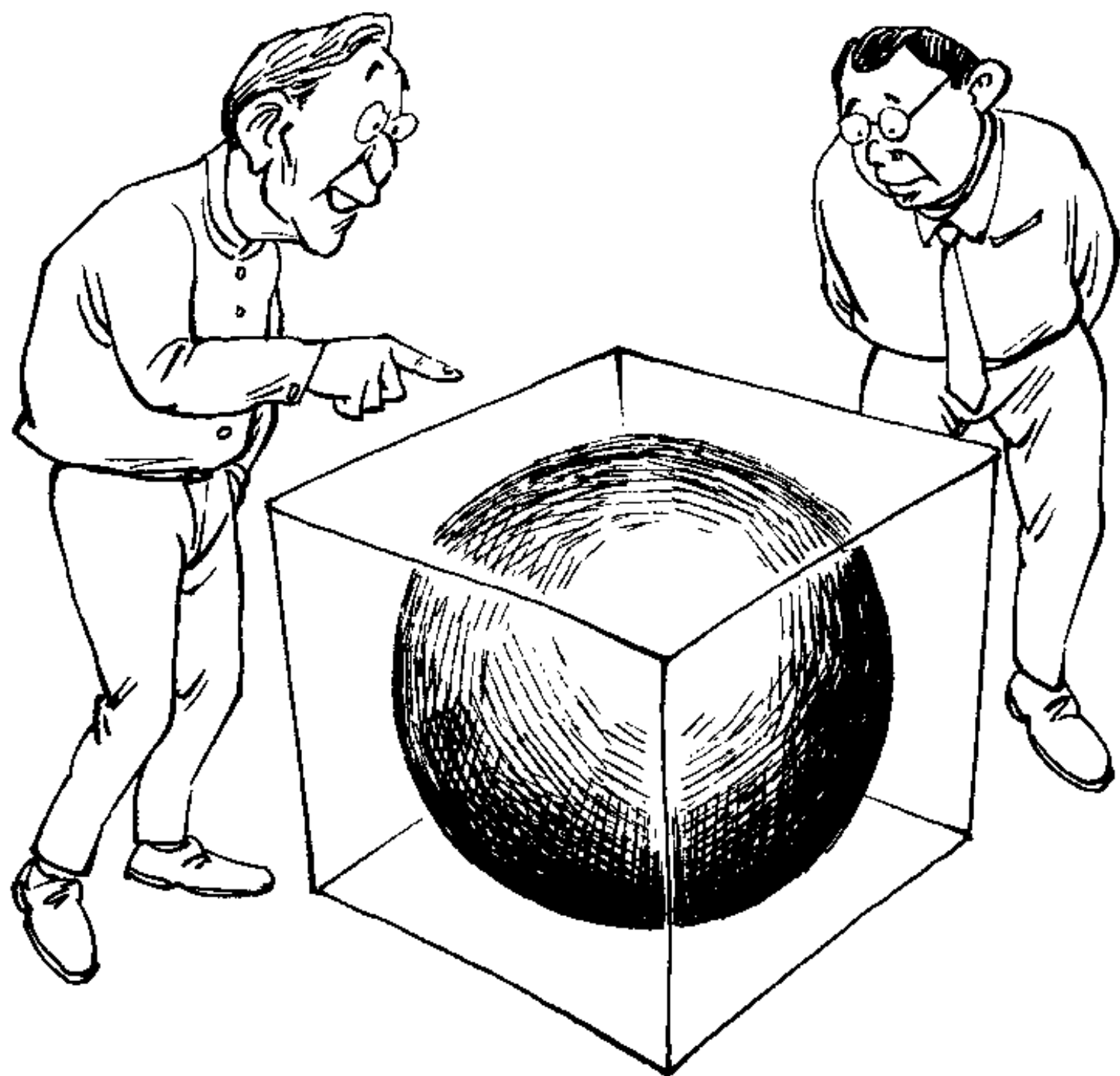
以拥有 78% 货币的 22% 的富有人为主要对象，必会赚钱。在通常情况下，78% 的生意是来自 22% 的客户，这就要求企业界要认真研究和分析客户的构成，应把 78% 的精力放在 22% 的最主要客户上，而不能平均使用力量。

说来也巧，空气中的气体比例是，氮气占 78%，而氧气占 22%（这是一种比较笼统的说法）。人体的比重，也是由 78% 的水及 22% 的其他物质所构成的。这个 78:22 的数据，成为人力不可抗拒的宇宙大自然的法则，人类不能违背这种法则而生存发展。试想，如果空气中氮气占 20%，氧气倒过来占 80%，人类能在这样的空气中生存下去吗？又如，若把人体的水分降至占 60%，那定然会干枯而死。因此，犹太人认定 78:22 是个永恒的法则，没有互让的余地。

正方形和其正方形内切圆的关系，又一次证明了这一法则。正方形的面积是 100，正方形内部的内切圆面积，则刚

好是 78.5，即正方形内切圆面积约为 78，正方形其余部分面积约为 22。如果画出一个边长为 10 厘米的正方形加以计算，

这个比例可一目了然。因此，正方形内切圆与正方形所余面积比，正和 78:22 的法则相吻合。



这样看来，78:22 是大自然作用于世界的真理法则，人们对它是无可奈何的。无论是空气还是人类身体，如果失去这个比例，空气将不再成为空气，人也将不存在生命。这样一个具有绝对权威、千古不变的真理法则，犹太人却以此作为经商的基础，依靠这个不变法则的支持，获得世人皆慕的财富。

以 78:22 法则为基础，经商绝不吃

亏，这是犹太人经商千百年来总结出来的经验。

举一个例子来说，假如有人问，世界上放款的人多，还是借款的人多，一般人都会回答说：“当然借款的人多。”但是经验丰富的犹太人回答却与一般人回答恰恰相反，他们会一口咬定：“放款人占绝对多数。”实际也正如此。银行总的来说是个借贷机构，它将把从很多人

34 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

那借来的钱，再转借给少数的人，从中获取利润。而用犹太人的说法，放款人和借款人的比例是 78:22，银行利用这个比例赚钱，绝不吃亏。相反一旦这个比例破坏，借款人多于放款人，则银行必将破产。

犹太人本着这样的法则指导自己的生活，获得了许许多多的成功。

例如，犹太人普遍注重学习文化知识。他们认为“书中自有黄金屋”，所以，不管条件多么恶劣，他们都教育和供养自己的子女读书或自己奋发攻读。有的犹太人因家庭经济条件差，就半工半读坚持读完大学。更有突出者，则利用一切业余时间学习科学和技术。为什么犹太人那么注重学习呢？因为他们坚信知识就是力量。知识不是人类天生就有的，人类只有付出努力的代价才能得到，这是法则。正如 78:22 一样，没有妥协的余地。这种法则驱使着犹太人辛勤地学习，使他们的知识文化高人一筹，从而在各行各业处于竞争的优势。布朗先生是一位美籍犹太人，1912 年出生，20 世纪初，他的父母为了逃避沙俄对犹太人的迫害，逃亡到美国，生下了他。十分不幸，布朗尚未读完初中，父亲英年早逝，他不得不中途辍学，到社会上打工，以维持家庭生活。布朗与其他犹太人一样，生活的艰难阻挡不住他求学的决心，他边工作边自学，直到读完了大学。美国的大学是实行积分制的，布朗采取对各门课程逐个击破的办法，用 6 年时间读完了大学的必修课程，经考试全部获得优秀成绩。不管自修中学课程还是攻读大学学科，布朗的学习环境都

是极端恶劣的。他白天打工，晚间除了用 4—5 个小时睡觉外，其余时间均用于学习。

布朗在学有所成后，集中力量研究化学，后来被聘为普渡大学的化学系教授。他在从教工作中，更深入钻研，先后发明了还原剂乙硼烷的简化合成法和另一种重要含硼还原剂氢硼化钠。接着，他深入研究，于 1967 年发现有机硼化物不但可以作为高选择性硼氢加成反应的试剂，而且可以用来合成多种有机化合物，使有机硼烷成为有机化学中用途最广泛的试剂之一。这一发现，使化学研究有了新突破，给人类带来了贡献。所以，在 1979 年获得了诺贝尔化学奖。

* * * * *

布朗一生研究不止，获得众多殊荣和奖励。他 1957 年当选为美国科学院院士，1969 年获美国国家科学奖。他先后发表了 700 多篇有重要价值的论文，出版了 4 部有国际影响的专著。他谈及自己的成功时说：“我的成绩取得是靠刻苦学习和钻研，是 78:22 法则的结果。”

又如犹太人做生意。他们同样本着 78:22 法则去经营和运作。他们认为，经商是为了赚钱，这是法则。不赚钱的经商，是不符合 78:22 的法则的，因而不能生存下去。欲要赚钱，在经营中就必须懂得核算，这正如一个正方形的内切圆一样，投入的资本起码要达到一定的利润回报才合算，如达不到这个比率，就不合算乃至亏本，这样的生意是不能做的。放贷赚钱法是犹太人起家的一招，

他们在英国和欧洲产业革命之时，瞄准了企业发展急需资金的情况，以高利率把钱借给那些企业，得到的回报率比自己办企业赚钱还多，风险相应减少，这是运用 78:22 法则的一种表现。

就在 78:22 法则经过犹太人千百次运用，几乎百发百中以后，世界上具有聪明头脑的少数商人也开始感觉到这个法则的魔力。一日本商人就是受这种魔力吸引，把它运用到他的钻石生意上的，结果获得了意想不到的成功。

* * * * *

钻石，是一种高级奢侈品。它主要是高收入阶层人的专用消费品，一般收入的人是购买不起的。而从一般国家统计数字来看，拥有巨大财富，居于高收入阶层的人数比一般人数要少得多。因此，人们都存在这么一个观念：消费者少，利润肯定不高。绝大多数人都不曾想到，居于高收入阶层的少数人却持有多数的金钱。换句话说，一般大众和高收入人数比例为 78:22，但他们拥有的财富的比例却要倒过来：22:78，犹太人告诉我们：赚“78”的钱，绝不吃亏！一日本商人就看中了这一点，他把钻石生意的眼光投向占人口比例“22”的有钱人身上，一举取得巨额利润。

60年代末的一个冬天，该日本商人就抓住时机开始寻找钻石市场。他来到东京的某百货公司，要求借该公司的一席之地推销他的钻石，但是该公司根本不理他那一套：“这简直是乱来，现在正值年末，即使是财主，他们也不会来的，

我们不冒这种不必要的风险。”断然拒绝了他的请求。

但他并不气馁，坚持以 78:22 这条万无一失的法则来说服 A 公司，最后取得该公司一角：郊区 B 店。B 店远离闹市，顾客很少，生意条件不利，但该日本商人对此并不是过分忧虑。

钻石毕竟是高级的奢侈品，是少数有钱人的消费品，生意的着眼点首先得抓住财主，不能让他们漏网，以赚取占“78”的人的钱。当时 A 百货公司曾满不在意地说：“钻石生意一天最多能卖 1000 万元，算不错了。”该日本商人立即反驳：“不，我可卖到 3 亿元给你们看。”这在旁人看来，无疑是狂人的说法了。但该日本商人不疯不傻，胸有成竹地说出这句话来，无疑是源于对 78:22 法则的信心。

事实上，78:22 法则的魔力很快就显示出来了。首先，在地形不利的 B 店，取得了一天 5000 万的好利润，大大突破了一般人认为的 300 万的效益估量。当时正赶上年关贱价大拍卖，吸引了大量顾客，该日本商人就利用这个机会，和纽约的珠宝店联络，运寄来的各式大小钻石，几乎都抢购一空。接着，该日本商人又在东京郊区及四周，分别设立推销点，推销钻石，销路极佳，任何商店都没有下过每天 5000 万元的记录。相反，A 公司由于在开始没有抓住占钱“78”的有钱人的机会，当全国各地销路大开时，才低头提供摊位，结果效益反而不如其他本来相对萧条的商店。

钻石生意成功了，奥秘在哪里？就在于 78:22 法则。A 百货公司却对此有过

36 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

怀疑，他们认为钻石商品就好比美国凯迪拉克牌或林肯牌豪华小轿车，国人能够购买的很少，因此销路一定不好。而该钻石商人却不这么想，他把钻石看成稍微高级的国产小轿车，是有钱的或稍微有钱的人都买得起的奢侈品。这一部分人虽占全国人口的少数，却占有全国金钱的多数。赚这部分人的钱，效益必定很高。

这正是犹太人 78:22 经商法则的最好运用，在这个不变规律的支配下，钻石推销取得几亿日元的巨大效益，其实并不足为奇。

后来，犹太人又注意到各国经济在不断发展，需要更多的资金发展大项目，而以分散的放高利贷形成不了优势。于是，他们又想出根据上述 78:22 的经营法则，把犹太人分散的钱积聚起来，即设

立正式的金融机构，吸纳各人的钱购买股票或股权，把集中起来的钱投向耗资多并且回报率高的大项目。这样的做法，既满足了企业发展的需求，又解决了当地政府发展经济的难题，自己又可以从渔利。正是这样，犹太人在美国、法国等欧美国家成为金融寡头，华尔街的银行、证券大老板中不少是犹太人。18 世纪末办起中欧金融大市场的就是犹太人约瑟夫·门德壮。拥有上百亿美元资产的罗思柴尔德的金融集团及美国的摩根财团等均是犹太人开办的。

犹太人善用资金，靠筹集钱使它增值，把其配置到最佳的位置上，这就是 78:22 法则的活用，使犹太民族在世界金融行业中处于相对优势的位置。你不妨也运用一下 78:22 的算钱法则！

NO 11

生财之道在于“和气”两字 搞好人际关系至关重要

犹太人坚持生财之道在于“和气”两字，因此他们善于搞好人际关系，在人际关系中找钱匣子。这种先算人际关系再算钱的方式是犹太人经商的智慧之一。

犹太人在其民族文化的影响下，再加上其长久的流离失所的状况，普遍形成一种“谦和”的耐性。犹太商人就善于利用自己的这一耐性，在经商的一切活动过程中充分发挥“和气”的作用。这种和气的仪表，在人际交往之间确有溶合剂的作用，它很容易把对方吸引住。在商务活动中，实践证明它是一种促销手段。为什么这样说呢？因为人是群体动物，人与人之间能否和睦相处，对事业影响很大。企业家制造出来的商品或服务，因得人喜爱乐用而赚钱发财；政治家开展政治工作，因得人而昌；歌唱家演唱得到观众赞赏，因得乐队的伴奏和观众的捧场而被接受……一切离不开人。犹太人领会这一道理，把人与人的

关系处理好，成为他们事业成功和发财致富的一种技巧。

与犹太商人打交道，你会发现他们总是呈现一副笑脸，不管生意是否做成，甚至为合约而产生不同意见时，他们也总会以笑脸说出其否定的态度。有时对方发脾气，双方不欢而散，犹太人还会给对方说声再见。要是第二天他再遇上你，他仿佛没有过不高兴那回事，仍以微笑向你问声“早上好”。

*** * * * * *

犹太文化是非常重视伦理的，即强调人与人之间要有健康而友善的关系。犹太历史上最著名的拉比之一希雷尔，他曾对犹太文化的精髓作过界定，他有名的主张是“不要向别人要求自己也不愿做的事”。希雷尔出身贫寒，他靠自己的勤奋掌握了渊博的知识，成为犹太教首席拉比，他是犹太教徒最尊重的人，

38 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

他的言论一直被人们广泛引用。据说，后来耶稣基督向其信徒训海的言论，有许多是希雷尔的要言。可见，他的思想对犹太人影响尤深。犹太教典籍《塔木德》对犹太伦理讲得更具体了。该书讲述了一个事例：

一次，有位拉比要召集6个人开会商量一件事，邀请他们第二天来。可是，到了第二天却来了7个人，其中肯定有一个人是不邀自来的。但是拉比又不知道这第7个人究竟是哪一位。于是，拉比只好对大家说：“如果有不请而来的人，请赶快回去吧！”

结果，7个人中最有名望、大家都知道一定会受到邀请的那人却站了起来，然后快步走了出去。

大家都明白，这位有名望并已被邀请的人为他人背了黑锅。但这个人也明白，这7个人中必定有一个人未受邀请，而这个人既已到这里了，却要他承

认不够资格而退回去，是件令人难堪之事。因此，这位有资格的人挺身而出，宁愿自己名义上受点影响，保护那个不请自来的人的自尊心，让他混迹其中。

那位有名望的人用心良苦，他能设身处地为他人着想并采取巧妙的行动，正体现了“不要向别人要求自己也不愿做的事”那种精神。用中国孔子的话，这种精神就是“己所不欲，勿施于人”的仁慈道德。

但是，《塔木德》编选这个故事除了褒扬那种帮助别人的精神外，更深一层的意思是，这个有名望的人的举动表面上看来令他“背黑锅”，而实际上使他的声望更高了。《塔木德》编选这个故事，意在讲明帮助别人、注重和气是人人得益的道理。犹太人精于此道，以“和气”为生财之道，因此他们总是善于处理好人际关系，把算人看得先于算钱。

No 12

学会“推销自己” 让自己成为赚钱的主人

犹太人的算钱术往往是从学会推销自己开始的。所谓学会“推销自己”，是指与人和睦相处的能力。犹太人认为人类的内心都有被人注目、受人重视、被人容纳的愿望。犹太人根据这种共同规则，在一切生活中，包括做生意的一切过程中，注意关切其周围的各种人，让他们看得出有人关心着自己，容纳自己，从这个阶梯开始，通向成功的目标。

犹太人认为，在一个人的一生中，每天都在做推销的工作。这种推销指推销自己的创意、计划、精力、服务、智慧和时间，如能妥善地把握“推销自己”，定可以出人头地，获取奋斗目标的实现。相反，那些人生事业失败者，十有八九是本人不善于“推销自己”，而不是本身能力问题。

犹太人这种处世原则是有其根据的，人类都有其基本愿望，概括地说，有保持自尊、自立的愿望。如要达到自己事业的成功或发财致富，就要尊重这些基

本愿望。

犹太人还总结过别人的经验：有人有一个很好的创意，他得意洋洋地向上司提出来，结果得到的是上司的冷淡反应；有人向同事直截了当地作过有益的规劝，结果对方反觉不悦。为什么好心做好事却得不到好的结果呢？因为有自尊、独立愿望在支配着那些上司和同事，你直截了当地对他讲，他会认为你有比他（她）高明的想法，他（她）会感到自尊心受到伤害。

假若你的创意或好建议能改用别的委婉方式表达，那么对方的自尊感会得到尊重，好的效果自然可以达到了。犹太人本着这种和顺办法，运用了三条法则：

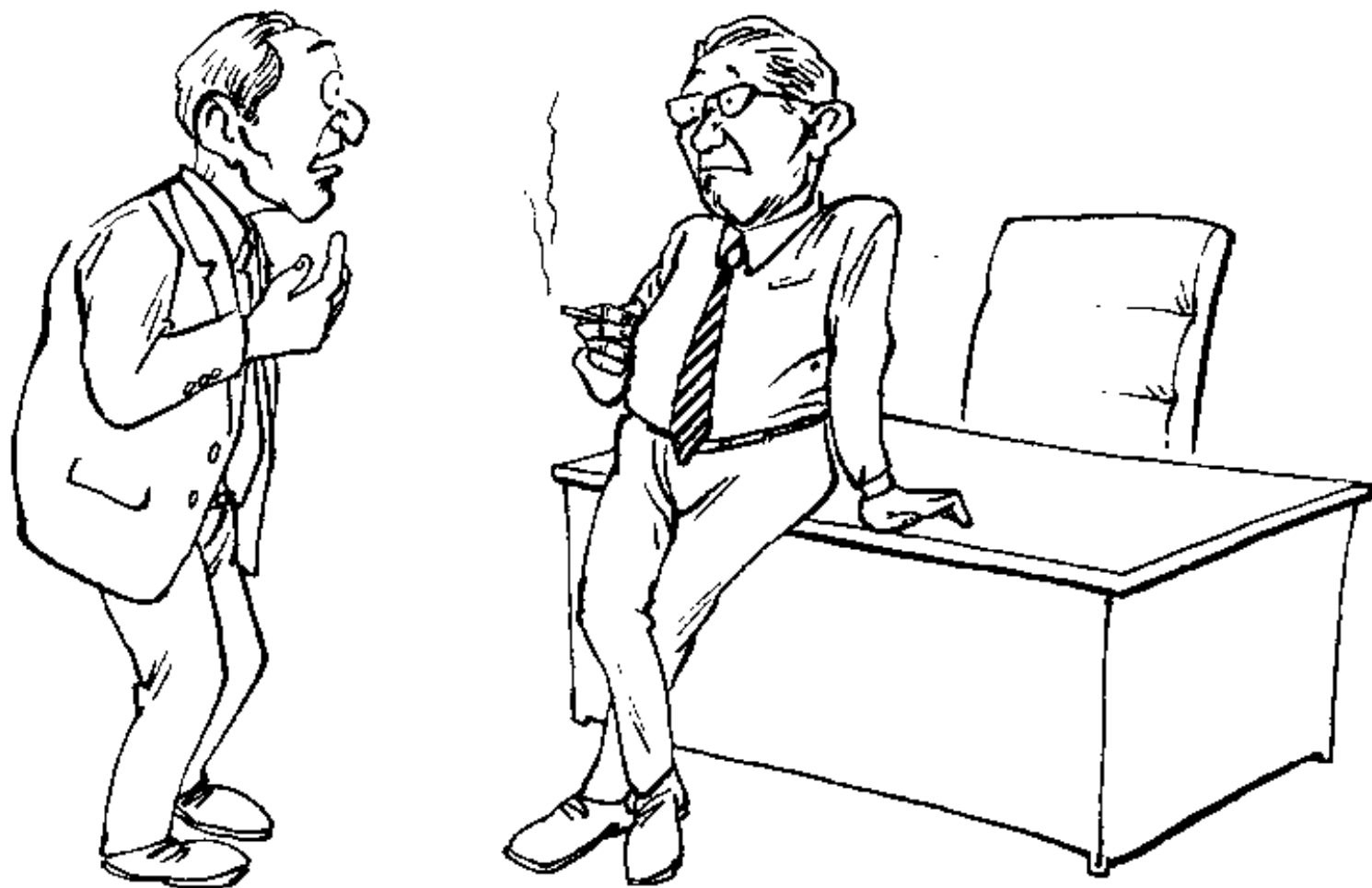
(1) 让对方说出你的意见

“面子”不单是东方人的问题，西方人也很讲究面子，所以提出意见要注意这个问题。如果你的意见毫不讲究地给对方提出，出于“面子”问题，对方往

40 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

往会本能地不予接纳。相反，你采用和顺婉转的方式提出，对方的“面子”堤围可能会自然开闸。如果你以冷静而温和的方式提出你的意思，然后说“虽作如是说，但可能有许多不当之处，不知

你对这方面考虑的意见怎样”。这么一说，对方可能会完全接纳你的意思，并可能会说“我也这样考虑的，请你不必有多余的顾虑”。



(2) 以征求意见代替主张

根据心理学家的反复调查研究结果，一个人向对方表达同样的意见，如果以正面而断然的方法说出，较容易激起对方的逆反心理，如果以询问的方式向对方提出主张的话，对方会以为是自己的意思，不自觉地欣然接受了。可见，方式方法的不同，同样的意思会产生截然不同的效果。

向别人推销自己的说法，道出了犹太人经商的一招制胜法。它的核心是给人好感，用善意温和的态度与人交往，那么别人也会以礼相报，生意就容易达

成了。这自然是一种胜算。

(3) 把自己的变成对方的

把自己的创意或建议变成对方的，这也称为“钓鱼法”。即把你的创意或建议变成钓饵，对方会自然而然地上钩。比如说；你想让对方接受你的意见，以“你这样想过吗？”的说法，要比“我是这样想的”更能打动对方，“试一试看看如何？”的说法比“我们非这样做不可”更能获得对方赞同。这就是让对方觉得你的意思就是他的本意，他的自尊得到尊重，那么你的创意或建议就容易被采纳。

NO 13

把自己变成一个高财商者 变换挣钱的方法

很多犹太商人都非常推崇美国财富专家乔·史派勒有一本书叫《动手来种钱》，书中他提及了一个只剩下1美分的人，这个人正准备开始用掉1美分时，他突然改变了想法，他把钱换成美金的铜币，他心里告诉自己每次他花掉钱时，就要让钱再以10倍或更多倍的数量再回到手上。这种方法的确奏效！这个人最后终于获得了更多的财富，成了一个富有的人。

在动手“种”钱之前，犹太商人希望你必须明白以下几个问题：

（1）是淘金还是卖水

19世纪中叶，美国加州传来发现金矿的消息。许多人认为这是一个千载难逢的发财机会，于是纷纷奔赴加州。17岁的小农夫亚默尔也加入了这支庞大的淘金队伍，他同大家一样，历尽千辛万苦，赶到加州。

淘金梦是美丽的，做这种梦的人很多，而且还有越来越多的人蜂拥而至，

一时间加州遍地都是淘金者，而金子自然越来越难淘。

不但金子难淘，而且生活也越来越艰苦。当地气候干燥，水源奇缺，许多不幸的淘金者不但没有圆致富梦，反而丧身此处。小亚默尔经过一段时间的努力，和大多数人一样，不但没有发现黄金，反而被饥渴折磨得半死。一天，望着水袋中一点点舍不得喝的水，听着周围人对缺水的抱怨，亚默尔忽发奇想：淘金的希望太渺茫了，还不如卖水呢。于是亚默尔毅然放弃对金矿的努力，将手中挖金矿的工具变成挖水渠的工具，从远方将河水引入水池，用细沙过滤，成为清凉可口的饮用水。然后将水装进桶里，挑到山谷一壶一壶地卖给找金矿的人。当时有人嘲笑亚默尔，说他胸无大志：“千辛万苦地到加州来，不挖金子发大财，却干起这种蝇头小利的小买卖，这种生意哪儿不能干，何必跑到这里来？”

42 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

亚默尔毫不在意，不为所动，继续卖他的水。哪里有这样的买卖？把几乎无成本的水卖出去。哪里有这样好的市场？结果，淘金者都空手而归，而亚默尔却在很短的时间靠卖水赚到几千美元，这在当时是一笔非常可观的财富了。

一个高财商者无论在什么情况下，都能发现致富的机遇，他们似乎对财富有一种特殊的感觉；而有些低财商者，让财富从自己的身边溜走，却毫无察觉。

(2) 小钱和致富

有两个年轻人一同去寻找工作，其中一个英国人，另一个是犹太人。

他们都怀着成功的愿望，寻找适合自己发展的机会。有一天，当他们走在街上时，同时看到有一枚硬币躺在地上，英国青年看也不看就走了过去，犹太青年却激动地将它捡了起来。

英国青年对犹太青年的举动露出鄙夷之色：连一枚硬币也捡，真没出息！

犹太青年望着远去的英国青年心中感慨：让钱白白地从身边溜走，真没出息！

后来，两个人同时进了一家公司。公司很小，工作很累，工资也低，英国青年不屑一顾地走了，而犹太青年却高兴地留了下来。

两年后，两人又在街上相遇，犹太青年已成了老板，而英国青年还在寻找工作。

英国青年对此无法理解：“这么没出息的人怎么能如此快地发了财呢？”犹太青年说：“因为我不像你那样绅士般地在一枚硬币上走过去，我会珍惜每一分钱，而你连一枚硬币都不要，怎么会发财呢？”

英国青年并非不在乎钱，而是眼睛总盯着大钱而对小钱弃之不理，所以他的钱总在明天，这就是问题的答案。

对于一个高财商者来说，金钱的积累是从“每一个硬币”开始的，一个成功致富的人决不会因为钱小而弃之，他们知道任何一种成功都是从一点一滴积累起来的，没有这种心态就不可能得到更大的财富。

对金钱的态度也反映了一个人对待人生和事业的态度，只有在任何时候都不好高骛远的人，才能脚踏实地地为自己的前程打下坚实的基础。反之，不但不能得到大的财富，小的财富也会与之失之交臂。

(3) 掌握得到财富的机会

我们可以发现，辛勤者中间有着贫富之分，而在成功的辛勤者中间，成就亦有高低的差别，但有一些表面上并不辛勤的人，却能成功致富。正是这些差异的出现，社会面貌才呈现出多姿多彩的变化，而促成社会面貌变化的其中一个重要因素就是机会。因此，有人曾说过这样一句话：“机会是上帝的别名”。在特定的时间里，各方面因素配合恰当，就会产生有利的条件，谁最先利用这些有利条件，运用手上的人力、物力，从事投资，谁就能更快、更容易获得更大的成功，赚取更多的财富。这些有利条件便是机会，一个高财商的人懂得掌握这些得到财富的机会。

要拿到红利，必须先拿钱投资。同样，想获得机会，则必须先有所牺牲——牺牲自己的时间、收入、安全生活和享受等等，随时全神贯注地做好准备，

一有机会出现，便跳起来将它抓住。但是我们创业致富，常常要靠一些运气。而运气不是机会，不要把两者混淆，否则，就会作出错误判断，招致损失。

运气带有偶然、意外的性质。有个人去买彩票，结果中了 1000 美金，这是运气。弗莱明原意是要培养葡萄球菌，霉菌的出现出乎他意料之外。对他来说，霉菌是个不速之客。中彩与发现青霉素有显著的区别，中彩纯属意外，那是运气，没有夹杂机会在里面；而发现青霉素的事，则在运气之外夹杂着机会。用某种方式培养葡萄球菌，就会培养出霉菌，但弗莱明那时并不知道这个现象，这是客观的事实。只要他对这个现象进行研究，方法正确，就有可能发现青霉素。提炼出青霉素，无形中给霉菌创造了医学价值，也为弗莱明带来了声誉和成就，这也是机会。

买彩票而中彩无论怎么样，都纯属意外，除了中奖者捡得一次便宜之外，并没有创造什么价值，也没有得到创造未来的有利条件，因此不是机会。

弗莱明发现霉菌之后，他可能有两个反应：一是觉得霉菌的出现，干扰了他对葡萄球菌的研究，把它当作麻烦事，不予重视；二是觉得好奇，进行研究。如果弗莱明采取前一种态度，发明青霉素的就不会是他，而是别人了。弗莱明能够及时掌握机会，结果获得了成就。

在创富的过程中，也要分清机会和运气，我们不排除运气，但是更重要的还是要用自己的财商，挖掘藏在生活中的机会，也只有这样，你才能得到财富，成为一个成功的立体人。

(4) 贪心的乞丐

富翁家的狗在散步时跑丢了，于是在电视台发了一则启事：有狗丢失，归还者，付酬金 1 万元，并有小狗的一张彩照充满大半个屏幕。启事发出后，送狗者络绎不绝，但都不是富翁家的。富翁太太说，肯定是真正捡狗的人嫌给的钱少，那可是一只纯正的爱尔兰名犬啊！于是富翁把酬金改为两万元。

原来，一位乞丐在公园的躺椅上打盹时捡到了那只狗。乞丐没有及时地看到第一则启事，当他知道送回这只小狗可以拿到两万元时，真是兴奋极了，他这辈子也没交过这种好运。

乞丐第二天一大早就抱着狗准备去领那两万酬金。当他经过一家大百货公司的墙体屏幕时，又看到了那则启事，不过赏金已变成了 3 万元。乞丐驻足想：这赏金增长的速度倒挺快，这狗到底能值多少钱呢？他改变了注意，又折回他的破窑洞，把狗重新拴在那儿，第四天，悬赏额果然又涨了。

在接下来的几天时间里，乞丐没有离开过大屏幕，当酬金涨到使全城的市民都感到惊讶时，乞丐返回他的窑洞。可是那只狗已经死了，因为这只狗在富翁家吃的是鲜牛奶和烧牛肉，对这位乞丐从垃圾筒里捡来的东西根本受不了。

乞丐不渴望财富吗？当然是渴望，但是他没有抓住得到财富的机遇，所以只有看着它溜走了。

因此，犹太商人的经验是：拥有了高财商，不仅可以让你懂得如何创造财富，同时还能够让你知道在财富的机遇面前，应该如何去抓住它。

NO 14

一只空袋子是立不起来的 要学会经营自己

一个人怎样使用钱——包括赚钱、存钱和花钱——或许是检测他的才智高低的最好的方法之一。虽然金钱决不能作为一个人生活的主要目的，但是，它也不是无关痛痒的东西，不能从观念上加以蔑视。在实际生活中，在很大程度上，金钱是获得感官快乐和社会地位的手段。事实上，人性中的一些最优秀的品质是与正确使用金钱密切相关的，例如，慷慨、诚实、公平和自我牺牲精神，更不用说经济节俭的美德。另一方面，是它们的对立面，如贪婪，欺诈，不公平和自私，就像一个爱财如命的人所表现出来的一样。一部分人滥用和误用了金钱这种手段，产生了浪费、铺张、挥霍、奢侈等罪恶。

弗兰西斯·霍拉的父亲在他开始进入社会的时候，对他提出忠告说：“我衷心地希望你事事开心如意，但我不得不三番五次地劝导你要节俭。节俭对任何人来说都是一个必不可少的德行。然而，

浅薄的人可能会轻视它。其实，节俭是通向独立的大道，而独立则是每个精神高尚的人所追求的崇高目标。”我们摘引在这一章开头的彭斯的诗，蕴涵很深的哲理。可是，不幸的是，他只有高谈阔论而没有实际行动，是思想的巨人行动的矮子。当他卧病床榻奄奄一息之际，他给一位朋友写了几句话：“哎呀！克拉克，我感到处境糟透了。彭斯的可怜的寡妇，还有他那些无依无靠的孤儿们。我已非常虚弱。这已够了——这是我的一块心病。”

亨利·泰勒在他经过深思熟虑写成的《生活备忘录》一书中所指出的：

“因此，在赚钱、储蓄、花销、送礼、收礼、借进、借出和遗赠等方面，正确的行为原则和方法几乎为一个人的完美无缺作出了论证。”

一个人如果展望未来，他会发现等待他的主要有三种世俗的可能性事件：失业，疾病和死亡。前二者他或许还可

以逃避，但是最后一个却是在劫难逃的。然而，无论哪一种可能性发生，他都应该把生活的压力减轻到尽可能小的程度，这样生活和这样安排是一个精明人的职责，这样做，不仅是为了自己，而且是为了那些把安逸和生存都依附于自己的人们。这样来看问题，诚实挣钱和节俭使用是极为重要的。正当赚钱，是吃苦耐劳、不懈努力、不受诱惑和得到回报的希望的表现；而合理使用，是精明能干，富有远见和自我克制的体现，而这一切都是刚毅果敢性格的真正基础。虽然金钱可以代表一大堆毫无价值和实际用途的物品，但是，也可以代表许多有很大价值的东西；这不仅是食物、衣服和感官的满足，而且可以是个人的自尊和独立。因此，对于工人来说，储蓄是抵御欲望的防护栏，是他的地位的保证，也使他在快乐和希望中等待更美好的一天的到来。在这世界上，努力去获得一个较为牢固的地位，这其中包含了人的尊严，它使得一个人更为强壮，生活得更为美好。从长远来说，它赋予了他更大的行动自由，能使他有更多的力量留待将来的努力。

但是，如果一个人总是在欲望的世界里徜徉徘徊，那么他离奴隶状况也就只有一步之遥了。他决不是自己的主人；而是时时处于沦为别人的奴隶的危险之中，而且接受别人为他开具的各种条件。他免不了多少会有些奴颜卑膝，因为他不敢勇敢地面对现实。一旦身处逆境，他要么靠别人的施舍恩典度日，要么靠给贫民的救济生存。如果情况再糟糕一点让他失去了工作，他无法去从事另一

领域的工作。

为了获得独立，生活简朴节俭是必不可少的条件。节俭既不需要超人的勇气也不需要卓越的美德，而只需要一般的力量和普通人的能力。实际上，节俭只不过是秩序原则在家庭事务管理中的运用：它意味着统筹安排、合乎规则、精打细算和避免浪费，耶稣也表达了这种节俭原则，他要求“把剩下的零碎收拾起来，免得有糟蹋的。”

节俭也意味着为了将来的利益得到保障，要有抵御眼前的满足诱惑的能力，这也是人超越于动物本能的高贵之处。节俭完全不同于吝啬，因为正是由于节俭才能使一个人能够时时表现得慷慨大方，它也不能把金钱作为崇拜的偶像，而只是把它当做一个有用之物。正如迪安·斯威夫特所说的：“我们脑子里必须有金钱概念，但是，不能一心想的都是金钱。”我们可以称节俭为精明的女儿，克制的姊妹和自由的母亲。显而易见，节俭就是适度——适度的性格特征、适度的家庭幸福和社会安定。概而言之，节俭是自助的最好的展现。

每个人都应该量入为出，按照自己的收入过日子。要做到这一点，最重要的是诚实。因为，如果一个人不是诚实地按照他自己的收入过日子，那么他必定是虚伪地按照其他人的收入过日子。如果一个人对自己的消费缺乏长远考虑，并且只顾自己的享乐，丝毫不为别人的利益着想，那么，等到他发现钱的真正用途时，已经太迟了。这些挥霍浪费的人虽然天性大方，但是，最后还是被迫去做一些肮脏丑恶的事情，他们贪图一

46 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

时的安逸享乐，花天酒地，挥霍无度；不得不提前去支取存款，提前领取工资，拆东墙补西墙，寅吃卯粮，结果必然是债台高筑，不得翻身，严重影响自己的行动自由和人格独立。

培根勋爵有句名言：“与其去赚些小钱，不如去存些小钱。”许多人不屑一顾随手扔掉的零钱和其他一些不当回事的支出，往往是人生中财富和独立人格的基础。这些浪费者往往是属于这个世界中权利受到分割的阶层，其实，他们自己才是自己的最大敌人。如果一个人自己跟自己过不去，自己不能成为自己的朋友，他还怎么能指望别人成为自己的朋友呢？一个生活节制适度的人的口袋里才会有钱去帮助别人；而一个铺张浪费、缺乏远见和挥霍一空的人，他是从

来就不会有机会去帮助别人的。当然，节俭决不是做一个一毛不拔的铁公鸡，否则，就是一个可怜的守财奴。在生活和交往中心胸狭窄，斤斤计较，这是极端短视的，一般也只会导致失败。有句谚语，叫做“只有一分钱的胸怀，决不可能得到二分钱的收获。”慷慨大方和气量宽宏，和诚实守信一样，是生活和交往中最为重要的原则。在《韦克菲尔德教皇》一书中，尽管津肯松每年都以这样或那样的方式欺骗心地善良的居弗拉姆勃朗，但是，正如津肯松所说的：“弗拉姆勃朗的财富在日益增长，而我却穷困潦倒并进了监狱。”日常生活中的无数事例都说明，人生的辉煌成就源于慷慨大方和诚实守信的生活准则。



有句格言说：“一只空袋子是立不起来的。”同样，一个负债累累的人也是不可能独立的。要一个债台高筑的人去说真话，恐怕比登天还难，因此，人们说，

谎言是骑在债务的背上的幽灵。负债者不得不向债主编造口实以拖延债务的偿还时间，这就使得他极尽撒谎之能事。对于一个人来说，找一个正当的理由来

逃避第一次债务，这是轻而易举的事情；但是，这种逃避债务的技巧对于逃避第二次债务往往是巨大的诱惑。不用多久，这位负债者就会在债务中陷得深不可拔，难以脱身，不管他怎样勤勉努力也无济于事。走向负债的第一步就是走向虚妄的第一步。在这个过程中必然发生的事情是债务接二连三，接踵而来，如同谎言的编造源源不断。画家海顿从他向别人借钱的第一天起，就意识到了这种堕落。他认识到了。“谁陷入负债，谁陷入悲哀”这句谚语的真理。他的日记有这样一段耐人寻味的记载：“现在我开始负债并有了债务，这是我从未有过事情。或许，只要我活着，我就再也休想摆脱它们了。”他那催人泪下的自传痛苦地回忆了在金钱问题上的尴尬难堪，以及由此带来的极度的精神沮丧。工作能力的完全丧失和时时重现的羞辱。一位少年加入海军时，他曾给他这样一段书而忠告：“对于任何你不通过向别人借债就不能获得的享乐，决不要去享受。决不要去向别人借钱，这会使人堕落，不过，我没有说你不要借钱给别人。只是要注意：如果你连本钱都无法收回，那就千万不要借出去。切记在任何情况下都不要向别人借钱。”一位名叫费希特的穷学生，甚至拒绝了比他更穷的父母亲提供

的借款。

约翰逊坚信过早负债使人堕落以至毁灭。他关于这方面的论述是极有见地的，值得我们牢记在心，他说：“不要想当然地只把债务当做一种麻烦。你会发现它是一场灭顶之灾。贫穷不仅剥夺一个人乐善好施的权利，而且在他面对本可以通过各种德行来避免的肉体和精神上的邪恶的诱惑时，变得无力抵抗。……这是你首先要小心在意的。其次，不要向任何人借债。下定决心摆脱贫困。无论你拥有什么，消费的时候都不能倾其所有。贫穷是人类幸福的一大敌人。它毫无疑问地破坏自由，并且，它使一些美德难以实现，使另一些美德成为空谈。节俭不仅是太平安逸的基础，而且是一切善行的基础。一个本身都需要帮助的人是决不可能帮助别人的。我们必须先自足然后才能出让。”

正视自己的日常事务，并且在钱财方面，量入为出，斟酌考虑，这是每一个人义不容辞的职责。这种对收入和支出的简单的算术运算有着极大的价值。精明节俭要求我们在安排自己的生活水准时，必须低于自己的收入水平，而不能高于这一水平。而要做到这一点，必须根据收支平衡的原则，拟订并忠实地执行一个生活的计划。

No 15

靠欺骗发不了大财 不做投机生意

犹太商人的生意中是这样的致富——如你所愿——之路就像通往市场的道路一样平坦，主要靠两个词：勤劳、节俭，也即合理安排好时间与金钱，或不浪费时间与金钱。有了勤劳与节俭便会拥有一切，没有勤劳节俭则会一事无成。如果一个人诚实地去挣钱，除了必要的支出之外不乱花钱，他就能致富。

“投机”这件事，不管它属于哪一类型，如果把它当作致富之道，那是极端危险的。

犹太商人认为，开始做投机生意时，也许会有一两次的赚钱机会，可是到头来还是亏本的居多。到那时不仅要把所赚的钱损失掉，甚至会弄得血本全无。

一位股市上的风云人物曾说过这样的一番话：“许多人认为我在股票生意中很成功，可是仔细计算下来，我才知道如果把在投机生意中所用的资本、时间和精力，用在更正当的生意上，那么我

的财产可能会比现在更多，因此我总觉得自己误入歧途，至今还在为此后悔不已。”

一位商人到银行去申请贷款，银行总经理问他生意做得如何，他回答说蛮赚钱的。这位经理想了一会，说：“既然赚钱，为什么又来贷款购买废铁？你再大赚一笔，这未免太贪心了，要是我就不会这么做！如果我的生意不好，也许会孤注一掷，但是生意做得好好的，又何必不知足呢？”

*** **

这位总经理居然说不借就不借，商人只好气乎乎地走了。

两个月后，这位商人去拜谢他，银行经理奇怪地问：“我没借钱给你，你反而来感谢我，这倒是头一遭，你这是什么意思？”这位商人回答：“废铁跌价了，

大约跌了 30 万元，就因为你没有借钱给我，所以我没有受到任何损失。

赚取自己的钱财已成为多数人的的人生目标，这也无可厚非，尤其是美国，因为它是一个靠“刚毅独立”和“自我奋斗”为开国传统的国家，很多人都相信“目标就是求胜、发财和求取权力，此外无他”。赚钱和男子气概合而为一，商场就是男子汉的试验场。

于是成功致富的故事创出了赚钱的民间传奇。人类崭新的可能性就在眼前：大家都有致富的机会。这种机会以前从来没有过，结果自己求富的梦想被紧紧包在现实原则中。但现在这是人人都可能做到的事情，虽然实际上只有少数的人有些幸运，致富的远景却改变了大家的生活，改变了他们思想的目标和方法。

* * * * *

在大都市的商业中心，金钱变成崇拜的目标，正如每一个宗教里，拜神很快成为一种仪式，而消失了原有的意义。赚钱在非常高尚的形式下，已经成为自动化的一环。基于某些没有人怀疑的经典，它被视为理所当然的举动。

但财富也不能通过欺骗他人而获得，当一个人欺骗他人时，他必然会面对两种惩罚：一种是骗术失败，而另一种是骗术成功。

一个人由于处在某种不利的环境中一时撒谎，是可以谅解的，但是蓄意欺骗他人的人则不会有希望，他迟早会自食其果，丧失尊严、信誉直至丧失自由。

心虚是骗子的一大疾病。当一个人

决定欺骗别人时，通常都没有考虑到以后将受到罪恶感的折磨。

一个欺骗别人的人会感到既负罪又羞耻，在他们多得到一分金钱时，他们就多损失了一分人格。他们的钱袋固然有所增益，却失去了人格和信念，成为堕落的衣冠禽兽。

欺骗行为终究是要失败的。所以即使从利害这方面打算，诚实也是一种最好的策略。没有私心，不为利动的名誉和价值，要比从欺骗中得来的利益大过千倍。

一个人到神父那里忏悔：“我有罪。‘二战’期间，我把一个富有的犹太人藏在我的地窖里，每月向他收一大笔保护费。”

神父说：“是呀，这的确是罪过，可是已经过了这么多年……”

“问题就在这儿，”这个人说，“这么多年来，我一直没告诉他，战争已经结束了。”

这里还有另一则关于不劳而获的故事：

一个人来到智者面前向他诉苦，说有人骗了他。

智者问他：“那么他做了什么呢？”这个人说：“他能够把任何一种金属变成金子。他做给我看了，我亲眼看见了事情的发生。然后他说我应该把我所有的金子带来，他将使它变成 10 倍的金子。所以我集中了我所有的金银首饰，而他拿着这些逃走了。他骗了我。”

智者告诉这个人：“是你的贪婪骗了你。不要把责任推到别人身上。你是贪婪的，而贪婪是愚蠢的。你希望你的金

50 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

银首饰变成 10 倍多，那个念头骗了你，那个人只不过是利用了这个机会，如此而已。你是真正的问题。如果他不骗你，别人也会把你给骗了。”

所以是谁在骗不是问题，如果有人骗你，这显示出你有某种倾向希望受骗。如果某人能够对你撒谎，这意味着你和谎言有某种亲和力。一个真实的人是不可能受骗的，一个生活在真实中的人是不可能成为说谎者的牺牲品的。只有一个说谎者才会被另一个说谎者欺骗，否则没有可能性。

赚钱的欲望人人都有，当然无可厚非。可是有些人专想不劳而获，这种念

头过于天真。

报上常常看到有人被骗子骗走财物，这些人被骗虽然可怜，然而其被骗的动机——想不劳而获——却又可鄙，这些人若不存贪欲之心，又怎能令骗子乘机得逞呢？

所以有人说，想不劳而获的人，是只要有利可图，就连对魔鬼都愿以上宾招待。虽然金钱的魔力很大，“可使鬼推磨”，但这种鬼却有点惹不得，它会害得人一蹶不振。所以，想赚钱的人，还是要确定自己的着眼点，凭自己的力量去求取，这会来得令人心安理得些。这是犹太商人重要的生意经。

NO 16

信任是一个最有用的品牌 少玩“花肠子”

犹太人认为，人最大的痛苦不是被人欺骗，而是不被人相信。因此，取信于人是人一生当中最重要的。如何做到取信于人呢？前面我们讲到，诚信第一，这是取信于人的起码要求，在犹太人的商旅生涯中，他们遭到过无端的打击和歧视，也遇到过无数精心安排的谎言或圈套，但他们始终笃信上帝的教诲：遵守约定，诚实为人，死后方能升上天堂。在商业领域，他们更深刻地体会到：取得别人的信任是交易顺利完成的基础。犹太人遵守约定，但他们并不是千篇一律地签订书面的合同，他们往往只是口头上的承诺，非正式，非书面的协议，只要他们承认了约定，他们就会不折不扣地按照约定去行动，犹太人这种重信守约的美德为他们赢得了极高的声誉。

在具体的商业贸易领域中，《塔木德》规定了许多规则，严格禁止带有欺骗性的宣传或推销手段。比如：不能刻意把奴隶装扮起来，使其看起来更年轻、

健壮，更不能把家畜涂上颜色来蒙骗顾客；并且货主有向顾客全面客观地介绍所卖商品的质量的义务，如果顾客发现商品有事先未得到说明的问题，则有权要求退货；而在定价方面，尽管当时没有标准统一的价格，这需要双方自行商定一个合理的价格，但一般来说商品多少还保持在一定的价位上，因此，如果卖主欺骗买主不知行情，使商定价格高出一般水平的10%以上，则规定此交易无效。这些规定在现在看来也许是再平常不过了，但是，《塔木德》形成于世界大多数民族还处在农耕社会的时期，它能预见将来社会以商业和贸易为主，并阐述这些诚信经商的道理，这是极富先见之明的。

犹太商人从不做“一锤子买卖”，那种“只要每个人上我一次当，我就可以发财了”的想法在他看来无疑是自取灭亡。按理说，犹太人没有自己的家园，被人到处驱来驱去，就很容易在生意场

52 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

甚至在与人的交往中形成“打一枪，换一个地方”的短期策略和流寇战术，而实际上犹太人绝少有这种劣迹，而且是信誉卓著，其经营的商品或服务也都属上乘佳品，从不以次充好。为什么？除了犹太商人的文化背景，如以“上帝的选民”自居，有重信守约的传统外，更有其民族在流动不定的生存状态与商业活动的规律之结合中，悟出了什么是真正的经商之道。

在英国，最有名的百货公司是“马克斯—斯宾塞百货公司”，这家百货公司是由一对姻亲兄弟，西蒙·马克斯和以色列·西夫创立的。

西蒙的父亲米歇尔于1882年从俄国移居英国，最初是个小贩，后来在利兹市场上开了个铺子，以后发展为连锁廉价商店，米歇尔于1964年去世后，西蒙和西夫将这些连锁商店进一步发展成资金更加雄厚、货物更加齐全，具有类似超级市场功能的连锁廉价购物商场。

马克斯—斯宾塞百货公司，虽以廉价为特色，但非常注重质量，真正做到了“价廉物美”。用一些报纸上的话来说，这家百货公司等于引起了一场社会革命。因为原先从人们的衣服穿着上可以区分不同社会阶层，但由于马克斯—斯宾塞百货公司以低廉的价格提供制作考究的服装，使得人们花钱不多就可以穿得像个绅士或淑女，以“貌”取人的价值观念也随之发生了根本动摇。现在在英国，该公司的商标“圣米歇尔”成了一种优质品的标记，一件“圣米歇尔”牌衬衫是以尽可能低的价格所能买到的最优质的商品。

马克斯—斯宾塞百货公司不但为顾客提供满意的商品，还提供最好的服务。该公司的售货员礼貌服务之周到，在素以彬彬有礼闻名的英国成为一个典范。西蒙和西夫在挑选职员时，就像挑选所经营的商品一样，一丝不苟，真正使公司成了“购物者的天堂”。

西蒙和西夫在让顾客满意的同时，还做到了让职工也满意。他们对职工要求极高，但为职工提供的工作条件在全行业中属于最好者之列，职工的工资也最高，还为职工设立保健和牙病防治所，由于所有这些优越条件，马克斯—斯宾塞百货公司被人称为“一个私立的福利国家”。

西蒙和西夫为顾客和职工想得这么周到，公司的经营情况又如何呢？马克斯—斯宾塞百货公司被普遍认为国内同行业中最有效益的企业，并吸引来大量的投资者。

与马克斯—斯宾塞百货公司同为百货零售企业的美国“希尔斯·罗巴克百货公司”采取的也是同样的经营宗旨，甚至在对待顾客和职工的优惠方面更有过之，并将这种恩泽施向整个社会，做到了与整个社会的和谐共存。

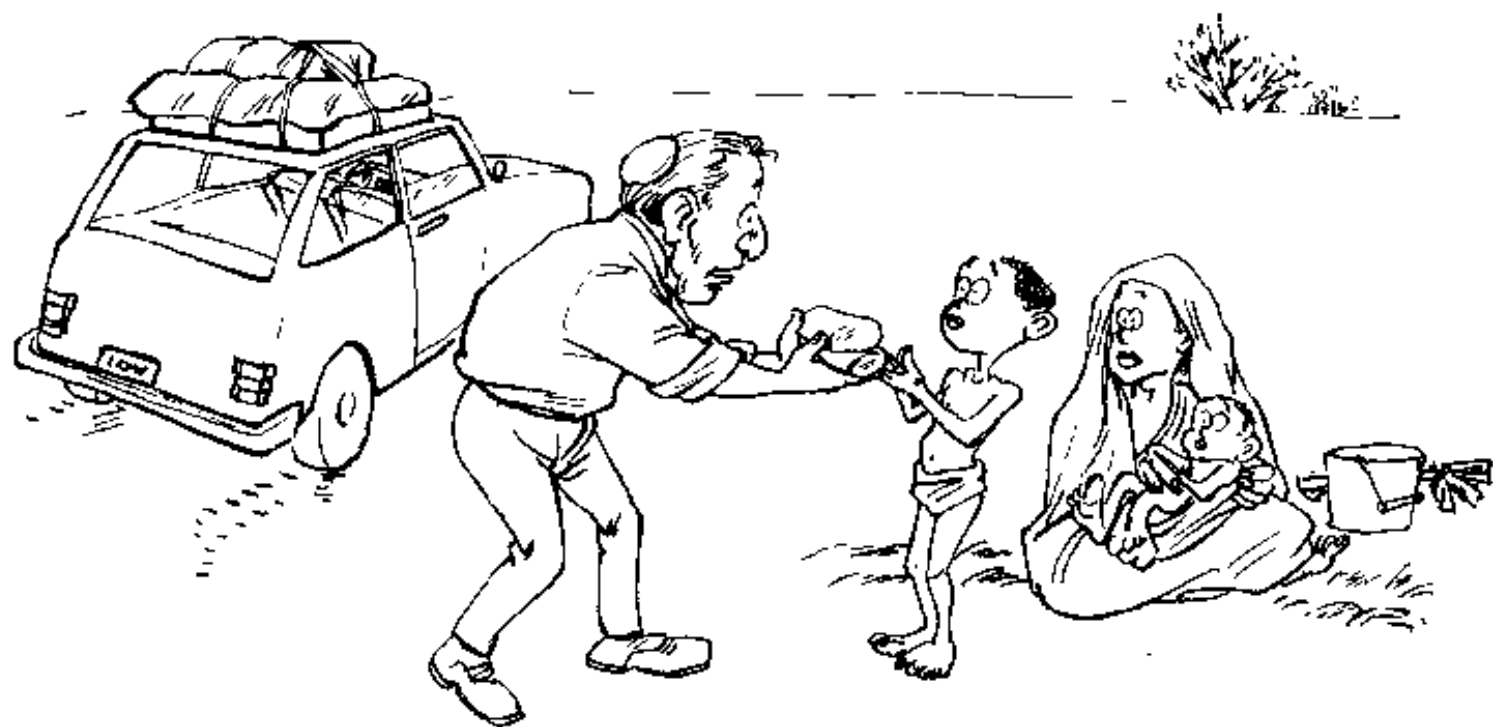
朱利叶斯·罗森沃尔德是通过投资而担任希尔斯·罗巴克公司总裁的，他是一个德国移民的儿子，曾在叔叔的百货公司工作。后来希尔斯·罗巴克公司融资的时候，他以37500美元的投资，约占融资总额的1/4，进入公司董事会。1910年公司总裁，也就是公司的创立人理查德·希尔斯退休。罗巴克百货公司已成为美国最大的企业之一，每年收益为5亿美元。

罗森沃尔也以价廉物美为其经营宗旨。公司销售的商品有许多都是企业集团自行生产的，因此成本可以降低，而质量也得到了保证，但希尔斯·罗巴克百货公司的真正本钱，还是罗森沃尔德制定的一条规定：不满意，可以退货。这条商业最高道德的最实在的体现，现在已经是许多商店的标榜，但在当时是闻所未闻的。罗森沃尔德很可能是第一个将商业信誉提到了这样的高度的人。

希尔斯·罗巴克百货公司以其商品质量、价格、信誉还有对市场的精确预测，得到了消费者的广泛欢迎，公司的商品目录在罗森沃尔德逝世前已发行了 4000 万册，几乎每个美国家庭都可以见到。观察家认为，这一连续出版的商品目录几乎构成了美国的一部社会史，从中可

以窥视到美国人审美趣味和愿望的发展，而这种发展中有相当一部分是由希尔斯·罗巴克公司预测到，甚至造就的。

希尔斯·罗巴克百货公司经营良好，赢利丰厚。罗森沃尔德最初投资 37500 美元，30 年后其资产达到了 1.5 亿美元。在这样的财力支持下，罗森沃尔德广泛从事慈善活动。他曾为 28 个城市“基督教青年联合会”和美国南方的一些贫困地区建立乡村学校提供资助，为解决芝加哥黑人的住房出资 270 万美元。另外，他还分别为芝加哥大学、芝加哥科学和工业博物馆赠 500 万美元。1917 年，他创立了拥有 3000 万美元基金的“朱利叶斯·罗森沃尔德基金会”，并规定基金的本利必须在他去世之后的 25 年内用完。



犹太商人笃信一个信条：犹太人生活在哪里，就应该在哪里生根。他们不但诚信经营，更与非犹太人和谐相处，甚至用自己的财富和实业去帮助去庇护

犹太同胞或非犹太人，他们相信，只有以诚相待，取信于人，犹太人才会有朋友，而不是到处树敌。



第三章

抓钱术：靠双手每天挖一座金矿

名贵的珠宝、钻石、金饰，一掷千金，只有富裕者才买得起。既然是富裕者，他们付得起，又讲究身份，对价格就不会那么计较。相反，如果商品价格过低，反而会使他们产生怀疑。

——犹太商人的金钥匙

犹太商人的富脑袋

犹太商人对“薄利多销”的营销策略持相反的态度，有其道理。他们认为：在灵活多变的营销策略中，为什么不采取别的上策而采用了下策？卖三件商品所得的利润只等于卖出一件商品的利润，这是事倍功半的做法。上策是经营出售一件商品，应得一件商品应得的利润，这样既可省了各种经营费用，还可保持市场的稳定性，并很快可以按高价卖出另外两件商品。而以低价一下卖了三件商品，市场已饱和了，你想多销也无人问津了，利润起码比高价出售者少了很多，并毁了市场后劲。

No 17

定下赚钱的目标 想到的事，就要做到

“怎么才能抓住钱？”这个问题在每个人的心里都重复了成千上万遍，但有些人还是找不到“门”。犹太商人认为，赚钱可是件辛苦的事，也是件靠智力和体力结合起来拼死拼活的事。要会用脑子赚钱，用信息赚钱、靠人们的心理赚钱。可以赚大钱，也可以赚小钱，只要赚到钱，就比没有赚到钱强！赚钱这项人生游戏，需要两大项：脑子和手脚。

* * * * *

在犹太人的生意经中，认为自己给自己制订的目标一定要实际，要有实现的可能性。在一家公司办公室的北面大墙上，张贴着一条标语：“有信心不一定会赢，没有信心一定会输；有行动不一定会成功，没有行动一定会失败。”这条标语的意思是说，敢想才会做，想赢就会拼，敢拼才会赢。犹太商人彼得·尤波罗斯，因为创办了一家全美最优秀的旅

游公司，1985年1月被《时代》杂志评为当年头号人物。

对自己的信心和追逐目标的恒心，以及对事业的专心，使尤波罗斯成为具有领袖风采的企业家。第22届奥运会，由于他的努力，获利21,500万美元，在闭幕式上，众多热情洋溢的观众站起来为尤波罗斯鼓掌。被称为商界巨人的哈维如是说：“我参加过许多体育活动，但在我的一生中还是第一次看到84,000人站起来为一个卖给他们门票的人欢呼。”

多年以前，纽约州最富的犹太商人是柯特·卡尔森，他靠白手起家。大萧条时期，他主要推销贴水印花。大萧条过后，他建立了年销售额超过40亿美元的全球性的大型联合公司。

柯特既不需要股东，也不需要合伙人。他对自己充满信心，认为他的判断比别人都更为准确，他不想让他们来打搅他的工作。卡特执政期间，美国遭遇了一段严重的经济衰退期。在这个时候，

58 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

柯特说了一番让所有美国商人感到震惊的话。他说：

“无论是今年和明年或者更长的时间，社会经济状况如何，对我的公司不会产生任何影响。无论有什么情况发生，只要进入到 1989 年，我公司的销售额一定能从原来的 10 亿多美元增加到 40 亿美元。”

最终，柯特提前 12 个月就实现了自己的诺言，1987 年的销售额就达到了 40 亿美元，90 年代初他的销售额猛增到 90 亿美元。他还说过：

“人的整个一生都在赛马，很大程度上是和他自己竞争，因为他前面没有竞争对手。”

信心、目标、专心，使尤波罗斯、柯特成为最后的赢家。人们只要像他们一样，那么就肯定会成功。没有不被打破的世界纪录，客户永远不会总光顾一家公司，商界总是在生死之中变化和循环，它只为那些有信心、有目标和专心干事业的人们提供新的机会。

* * * * *

像尤流罗斯·柯特这样优秀的犹太商人为了能够达到他们的赚钱目标，他们想到做到，所制订的计划由三个实际的重要内容构成：

- (1) 最大限度地去投入自己工作的精力；
- (2) 要尊重所有的人，包括所有的顾客、雇员，还有供应商；
- (3) 追求产品质量；
- (4) 出色的售后服务。

犹太商人认为，自己给自己制订的目标一定要实际，要有实现的可能性。一家公司所制订的目标，能够适应社会的发展和科学技术的进步，所以他们能以最低的成本制造出技术含量高的产品，从而获得较高的利润。

在犹太商人看来，树立目标总离不开三个步骤：第一个步骤确立自己的目标；第二个步骤是制订实现目标的计划；第三个步骤是做出时间安排，确保计划的实现。

犹太商人的抓钱术表明，人们的需要就是赚钱的门道；需要越迫切，财路越阔绰。

犹太商人认为，追求目标的大前提，是无论如何不能放弃，如果情况许可，也应具备适时扩大战果的行动力。要做到这一点，必须具备冷静判断状况的能力。

下面看一下巧赚一笔的魔方：

20 世纪 70 年代末，欧洲人创造了“魔方”。

当巴西人从报刊上看到欧洲玩“魔方”的消息后，许多厂家都捕捉到了仿制“魔方”填补东方市场空白的机遇。于是纷纷行动，派人去欧洲考察，了解“魔方”的生产情况。

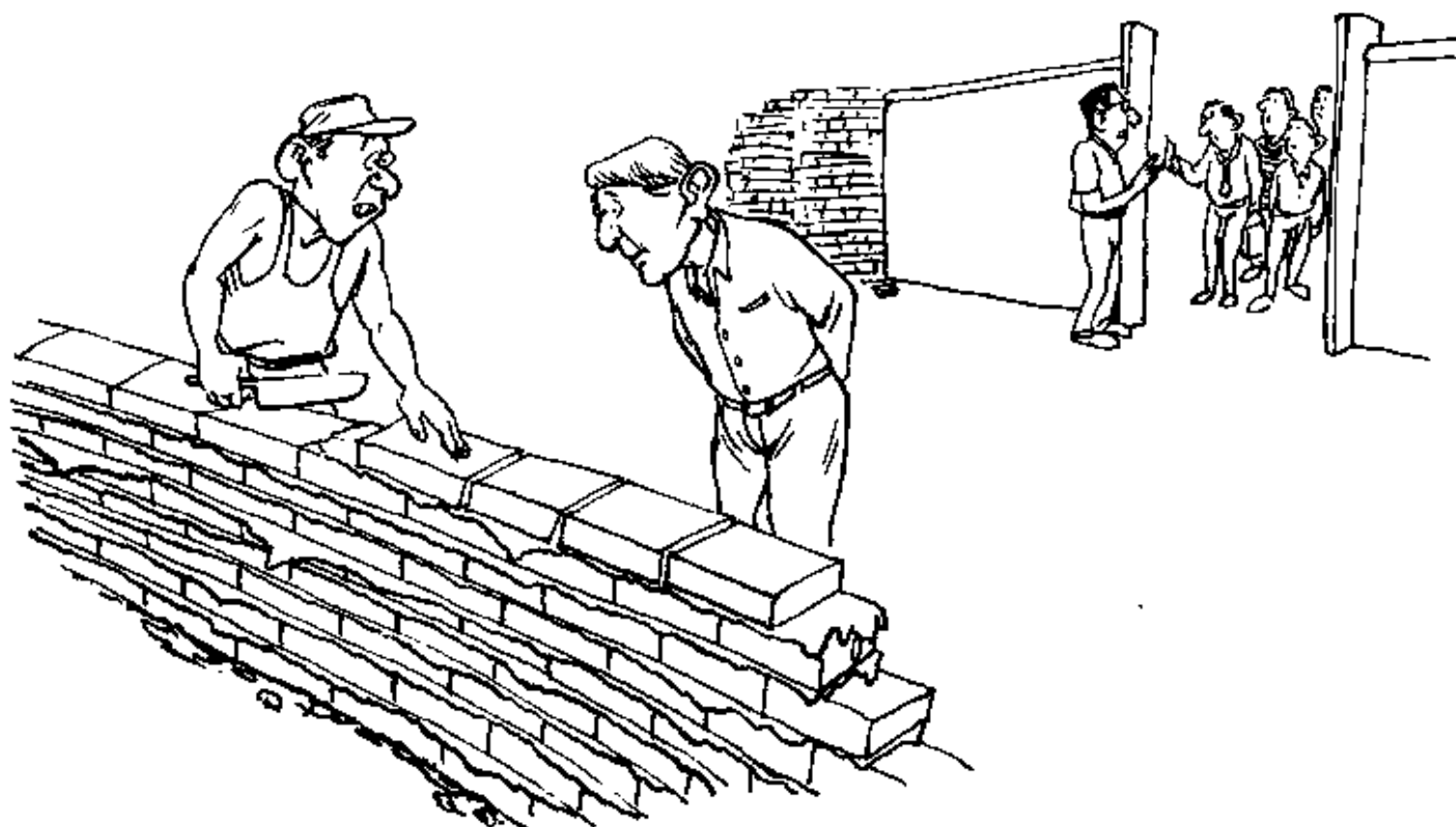
犹太商人科莱尔敏锐地发现为生产“魔方”创造条件也是一个机遇。他灵机一动，迅速让他的哥哥从欧洲将生产“魔方”的技术资料电传至巴西圣保罗，大量复制，同时在圣保罗四家电视台同步播放“你想生产‘魔方’吗？科莱尔公司将为你提供全套技术资料”的广告。

一时间，上百家塑料厂盈门争购，

一度萧条的科莱尔公司，一夜之间转衰为兴，大赚一笔。

二次大战后，美国建筑业大发展，砖瓦工价码看涨，这对失业者来说是个难得的机遇。

一贫如洗的迈克为了生计也由明尼亚波利来到芝加哥。他看到招工广告后，却没有投入应征当砖瓦工的竞争洪流中，而在报纸上刊登了“你能成为瓦工”的广告。



迈克租了一间店铺，请来一位瓦工师傅，买来 1500 块砖头 and 一堆砂石做教材，开展培训业务。许多工人蜂拥而至，出高价受训。

结果，迈克 10 天就获利 3000 美元，等于一个瓦工 200 天的收入。

公司竞争如战场角逐。当一种为众

人共得的大机遇出现时，往往也可以给自己带来盈利的契机。能否抓住这一契机，关键在于能否“隔岸观火”。

因此，犹太商人的生意经意是：只有静观形势，耐心等待，不忙于一时竞争，才能冷静决断，抓住时机，实现自我追求的目标。

NO 18

惟有现钞是最实在的 不玩虚的，要来实在的

犹太人的抓钱术中有一条很重要的原则，即惟有现钞是最实在的，这叫现钞主义。犹太人的现钞主义的生意经，在日常生活及交往中表现得特别明显。如果你在做生意时与犹太商人打过交道，也许就明白他们对交易方的评价。他们的心中关心的是“那个人今天究竟带来了多少现款”？更令人惊讶的是他们对公司的评价，“今天那个公司，换成现款，究竟值多少？”总的来说，他们关心的是现金，力求把一切东西都“现金化”，因而他们做生意时力求现金交易。纵然交易的对方，在一年后确能变成亿万富翁，亦难保证他明天不发生异变。在缤纷复杂的社会中，有谁能知道明天是怎样的？人、社会及自然，每天都在变，只有现金是不变的，这是犹太人的信念，也是犹太教的“神意”。先看两个故事：

犹太人之所以奉行彻底的现钞主义，一方面是因为他们在大流散中可以随身携带现金逃跑，另一方面是因为他们对

任何人都不放心，一旦将商品赊出去，拿不回钱来怎么办？如果马上要逃跑，岂不要白白损失？所以，惟有现钞是安全、可靠和永恒的。

有一家小餐馆的墙壁上贴着一首歌谣：“我喜欢你，你要借钱，我不能不借，怕借了你便不再上门。”说白了，就是“现金交易，恕不赊欠。”然而其言语却很婉转。其实，这小餐馆的一杯酒才几块钱，却为何绞尽脑汁，编出这样的歌谣，来拒绝顾客的赊欠呢？答案很明显，如果小餐馆允许顾客赊欠，其中的利息势必自己承担，换言之，自己所得利润必然被这部分利息所侵蚀。再者，小本经营的生意，如果赊欠太多，必将影响餐馆的资金周转，甚至使酒店陷入困境。

有一位犹太人，临终之际，把所有的亲戚朋友都叫到了床前，对他们嘱托后事，说道：

“请将我的财产全部换成现金，用这

些钱去买一条最高档的毛毯和一张床，然后把余下的钱放在我的枕头底下。等我死了，再把这些钱放进我的坟墓，我要带着这些钱到那个世界去。”

亲友们按照他的安排，买来了毛毯和床。这位富翁躺在豪华的床上，盖着柔和的毛毯，摸着枕边的现金，安详地闭上了眼睛。

* * * * *

遵照富翁的遗嘱，死者留下的那一笔现金和他的遗体一块，被放进了棺材。

这时，死者的一位老朋友前来向他的遗体告别。当他听说死者的财产都换成了现金并已随死者的遗体一块被放入了棺材时，立即从衣袋里掏出了支票和笔，飞快地签上金额，撕下支票，放入棺材。同时，又从棺材中取出现金，并轻轻地拍着死者的脑门，说道：

“老朋友，金额与现金相同，你会满意的。”

这则笑话说明了犹太人对现金的偏爱，正如流行的一则俗语所言：“赊三不如现二。”犹太人这种对钱的态度，对我们的现实生活大有参考价值。

正因为如此，犹太人对银行存款不感兴趣。银行存款虽然有利息，但利息是微乎其微的，而且利息的增长幅度还不如物价上涨速度快呢。现金虽然没有利息，但因没有银行存款之类的证据，也不需要交纳财产继承税。所以，现金虽不增加，但也不减少。对于犹太人来说，不减少就是不亏本的最起码条件。

现代商战中，我国有许多注册资本很大的公司，但主要是固定资产，流动资金却没多少，按犹太人的观点来说，和这种公司打交道实在是不可靠。

日本松下电器公司是最急于收取现金的公司，现金交易可以减轻账目，等于提高了利润，而且利于计算每天的交易额。松下电器公司能够随时掌握公司的经营情况，就在于现金交易的前提下。

受犹太人现金至上观念的启发，经营者在交易的过程中不妨坚持如下原则：

(1) 调查选择的原则——对没有支付能力的顾客，不卖。

(2) 表明付款条件的原则——在契约书上表明付款条件。

(3) 互惠互利的原则——不强迫推销。

(4) 制定信用限度的原则——表明可以赊欠多少，超过限度不予赊欠。

(5) 慎重的原则——对于经营拖欠的顾客，要慎重发货。

(6) 定期收款的原则——约定期一到立即上门收款。

(7) 态度坚决的原则——收款时态度不坚决，易使顾客缺乏愧疚感。

(8) 断然拒绝的原则——对不可能支付货款的顾客断然拒绝发货。

记住犹太人的现金至上原则，是经商中最简单、最实用的方法。不管你是谁，想做什么样的生意在这一点上多尝试，都会减少许多不必要的麻烦和痛苦，至少也得坚持定期收款的原则。

NO 19

决不贪占不义之财 拒绝让金钱诱蚀灵魂

金钱是诱人的，有许多人都被金钱诱蚀灵魂了。犹太人怎么做呢？这与犹太人恪守的一种抓钱术有直接关系，即抓属于自己的钱，而不抓不属于自己的钱。

犹太人对于财富的追求是没有止境的，这一点世人皆知。然而，犹太人追求财富的前提是要靠自己的头脑和双手光明正大地获得。在犹太人看来，不该拿的不义之财决不能贪占，否则就会受到神的惩罚。

* * * * *

有个犹太妇女到百货公司去购买东西，回到家里把东西从袋中取出，忽然滚出一枚戒指。她并没有买这样贵重的东西。她把这件事告诉了小儿子，并领着小儿子一起找拉比，请教如何处理这件事。

拉比讲了《犹太法典》中一则故事：

有位拉比平日靠砍柴为生，每天要把砍的柴从山里背到城里去卖。拉比为了节省走路的时间，以便研究《犹太法典》，决定买一头驴来代替。

拉比向阿拉伯人买了一头驴牵回家来。徒弟们看到拉比买了头驴回来，非常高兴，就把驴牵到河边去洗澡，结果驴脖子上掉下来一颗光彩夺目的钻石。徒弟们高兴得欢呼雀跃，认为从此可以脱离贫穷的樵夫生活，专心致志地研读《犹太法典》了。

可是出乎徒弟们意料的是，拉比领他们赶快去街上把钻石还给阿拉伯人，拉比说：

“我买的只是驴子，而没有买钻石，我只能拥有我所买的东西，这才是正当行为。”

阿拉伯人非常惊奇：

“你买了这头驴，钻石是在驴身上，你实在没有必要拿来还我，我不理解，你为什么要这样做呢？”

拉比回答：

“这是犹太人的传统，我们只能拿支付过金钱的东西，所以钻石必须归还给

你。”

阿拉伯人听后肃然起敬，说：

“你们的神必定是宇宙最伟大的神。”



妇人听罢这则故事，立即决定回去把戒指还给百货公司，但却不知怎么说好，拉比说：“我也不知道戒指是属于百货公司的，还是属于店员的。如果对方问你为何要退还戒指，你只需说一句话就行：‘因为我们是犹太人。’请你带儿子同去，让他亲眼见到这件事。他一定会终生记住自己的母亲的正直与伟大。”

从犹太人的抓钱术中，我们可以得

到这样的启示：金钱对于灵魂锈蚀是非常厉害的，而要抵御这种锈蚀又是非常有原则的。

哪个民族的灵魂变肮脏了，哪个民族就彻底完蛋了。犹太人的生存经历是一面明亮的镜子，很值得我们借鉴。灵魂的纯洁是最大的美德。在此，我们一定要记住，抓住属于自己的钱，而不抓不属于自己的钱！

No 20

抓住“厚利适销”的要诀 打破“薄利多销”的套路

犹太人的抓钱术中有一条不容被人接受的要诀——“厚利适销”，因为古今中外的生意经都有“薄利多销”的经营法则，而且无数的实践证明，这种经营法是成功的。但是，犹太人经商的思维都是逆向的，自有一种与众不同的招数，绝不做薄利多销的买卖，却做厚利适销的生意。犹太商人认为，进行薄利竞争，即如同把脖子套上绞索，愚蠢之至。他们还认为，同行之间开展薄利多销战争，总希望以比其他竞争者更低的价格多售出商品，这种心情是可以理解的。但在考虑低价的销售前，为什么不考虑多获一点利呢？如果大家都相互以低价促销，厂商哪能维持长久的经营呢？何况市场是有限的，消费者已买够了商品，价格最低也很少有人要了。

犹太商人对“薄利多销”的营销策略持相反的态度，有其道理。他们认为：在灵活多变的营销策略中，为什么不采取别的上策而采用了下策？卖三件商品

所得的利润只等于卖出一件商品的利润，这是事倍功半的做法。上策是经营出售一件商品，应得一件商品应得的利润，这样既可省了各种经营费用，还可保持市场的稳定性，并很快可以按适价卖出另外两件商品。而以低价一下卖了三件商品，市场已饱和了，你想多销也无人问津了，利润起码比高价出售者少了很多，并毁了市场后劲。

* * * * *

犹太商人在经营活动中除了坚持厚利适销的做法外，为了避免同其他商人的“薄利多销”的冲击，他们宁愿经营昂贵的消费品，也不经营低价的商品。因此，世界上经营珠宝钻石等行业中，犹太人居多。犹太人选择这种行业为主，显然是避开那些薄利多销的竞争者，因为这些竞争者一般没有资本或力量经营这类资本密集型商品。金融证券行业也

是这样；美国华尔街的金融证券大亨，犹太人占的比例最大。

犹太商家的“厚利适销”策略，实质上是一种逆传统术，在商品经济的长期发展过程中，市场竞争越来越激烈和多样化，但亦形成了许多形式和规律，被称为传统竞争术。一些有创造思维的经营者为了取得出奇制胜的竞争效果，往往开创出与众不同的竞争手法，犹太商人的“厚利适销”办法，不但出奇而且与传统竞争法“薄利多销”反其道而行之，故被称为逆传统竞争术。

* * * * *

犹太商人“厚利适销”的营销策略，是以有钱人和巨额营业为着眼点的。名贵的珠宝、钻石、金饰，一掷千金，只有富裕者才买得起。既然是富裕者，他们付得起，又讲究身份，对价格就不会那么计较。相反，如果商品价格过低，反而会使他们产生怀疑。俗语说：“价贱无好货。”这句话富有者印象最深。犹太商人就是这样抓住消费者的心理，开展厚利适销策略营销的。即使经营非珠宝、非钻石首饰商品，也是以高价厚利策略营销。如美国最大百货公司之一的梅西百货公司，它是犹太人施特劳斯创办的，它出售的日用百货品总要比其他一般商店同类商品价格高 50% 左右，它的生意仍不错。如 1993 年它销售额为 110 亿美元，在当年全美 100 家最大百货公司中，排名的第 26 位，但它的利润值为 5.44 亿美元，是第 4 位，与排第 3 位的年销售额 341 亿美元的凯马特百货公司的利润相差

无儿。

犹太商人的高价厚利营销策略，表面上从富有者着眼，事实上是一种巧妙的生意经。讲究身份，崇尚富有的心理在西方社会、东方社会比比皆是，在富有阶层流行的东西，很快就会在中下层社会流行起来。据犹太人统计分析，在富有阶层流行的商品，一般在两年左右时间就会在中下层社会流行开来。道理很简单，介于富裕阶层与下层社会之间的中等收入人上，他们总想进入富裕阶层，由于心理的驱使，为了满足心理的需求或出于面子的原因，总要向富裕者看齐，因此，他们也购买时髦的高贵新品。而下层社会的人士，往往力不从心，价格昂贵的产品消费不起，但崇尚心理作用总会驱使一些爱慕富贵的人行动，他们也不惜代价而购买。这样的连锁反应，昂贵的商品也成为社会流行品，如金银珠宝首饰现在不是成为各阶层妇女的宠物吗？彩电、音响等原来属昂贵商品，现在也进入了平民百姓家庭；小轿车也成为西方大众的必需品。可见，犹太商人的“厚利适销”策略是“醉翁之意不在酒”，是盯着全社会大市场的。

由此可见，犹太人采用“厚利适销”的抓钱术，是与市场调查和市场需求分不开的，这是一种十足的逆向思维。

* * * * *

犹太商人的“厚利适销”策略，是营销学中定价策略的一种。在营销学中一般有五种定价策略：

(1) 撇开定价策略。这是一种以高于

66 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

成本很多的定价投放新产品的策略。有些新产品由于率先推出，以奇货自居，一般采取这一策略。如 20 世纪 60 年代初，日本率先推出袖珍计算器，每个售价 100 多美元，其实际成本不足 10 美元。

(2) 渗透价格策略。这是一种与撇油定价策略相反的策略，把产品的价格定得很低，藉以排除竞争对手，迅速地占领市场。

(3) 折扣或让价策略。这是一种通过变通办法给购买者以优惠并鼓励其积极购买和如期支付货款的价格策略，它带有薄利多销的意向。

(4) 综合定价策略。即经营者根据市

场竞争中的位置，采取综合定价办法，即有的产品价高有的产品价低；或者把产品销售的有关因素都包括进去，以利产品推销和拓开市场。

(5) 心理定价策略。这是一种满足各类型消费心理的价格策略。人们在购买商品时具有多种不同的心理，有人出于实用性，有人出于好奇心，有人出于自尊心，有人出于显示富贵。针对这些心理定价，会对顾客的购买欲产生强烈的刺激作用。犹太商人的“厚利适销”策略，是集心理定价与撇油定价策略于一体的策略，由于运用得当，成为其经营独特技巧。

NO 21

反应速度是取胜的天规 学会果断出击

犹太人最讲究做生意时以速度取胜，认为一个人经商是否成功，至少有 80% 是与出击速度相关的，这样可以先人一步、先拔头筹。

犹太巨富罗斯柴尔德的三儿子尼桑，年轻时在意大利从事棉、毛、烟草、砂糖等商品的买卖，很快便成了大亨。这位传奇式人物的表现很让人称道，但最使人称奇的是，仅仅在几小时之内，他就在股票交易中赚了几百万英镑。

* * * * *

1815 年 6 月 20 日，伦敦证券交易所一早便充满了紧张气氛。由于尼桑在交易所里是举足轻重的人物，而交易时他又习惯地靠着厅里的一根柱子，所以大家都把这根柱子叫做“罗斯柴尔德之柱”。现在，人们都在观望着“罗斯柴尔德之柱”的一举一动。

就在昨天，即 6 月 19 日，英国和法

国之间进行了关系两国命运的滑铁卢战役。如果英国获胜，毫无疑问英国政府的公债将会暴涨；反之如果拿破仑获胜的话，必将一落千丈。

因此，交易所里的每一位投资者都在焦急地等候着战场的消息，只要能比别人早知道一步，哪怕半小时、十分钟，也可趁机大捞一把。

战事发生在比利时首都布鲁塞尔南方，与伦敦相距非常遥远。因为当时既没有无线电，也没有铁路，除了某些地方使用蒸汽船外，主要靠快马传递信息。而在滑铁卢战役之前的几场战斗中，英国均吃了败仗；所以大家对英国获胜抱的希望不大。

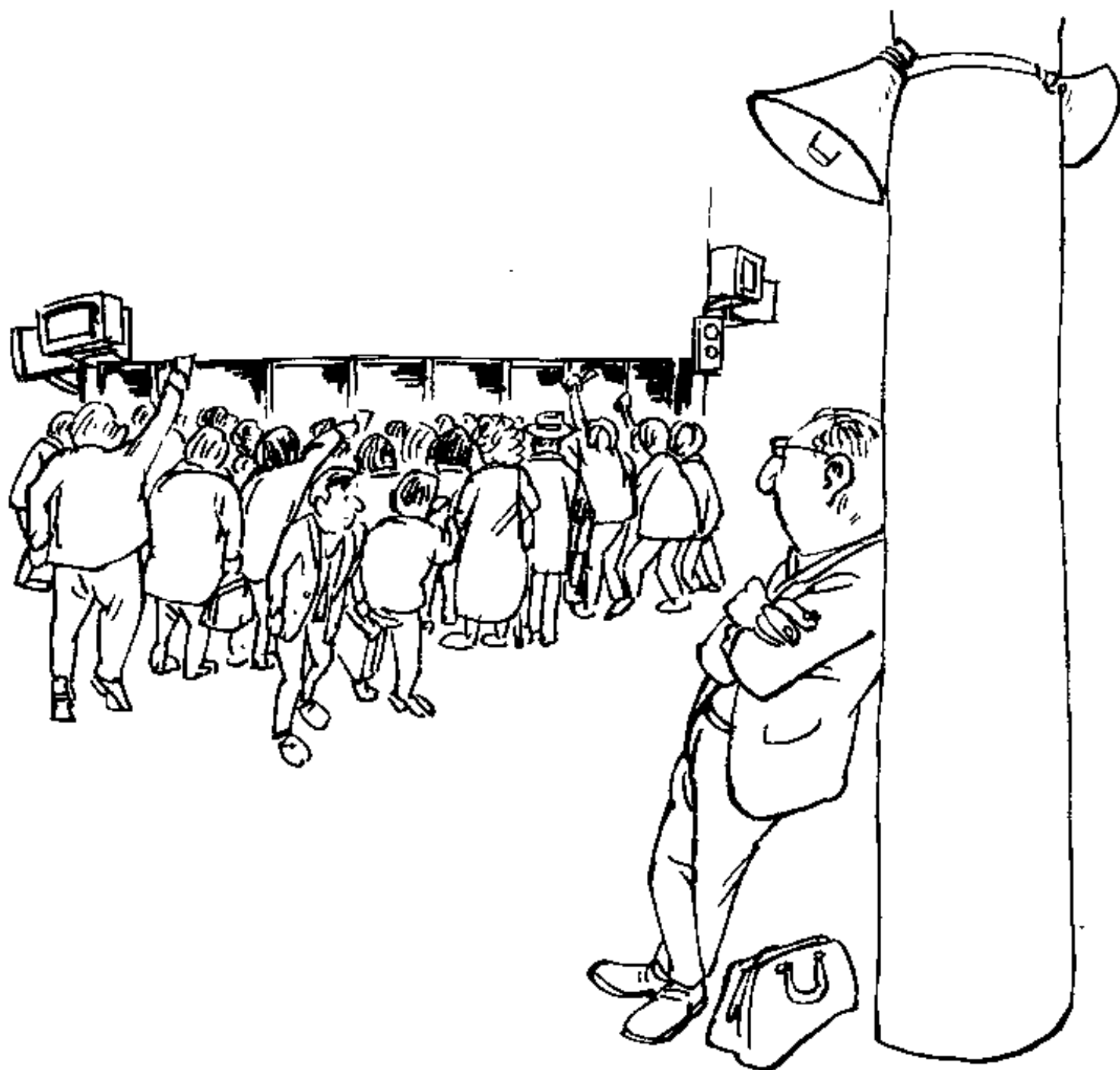
这时，尼桑面无表情地靠在“罗斯柴尔德之柱”上开始卖出英国公债了。“尼桑卖了”的消息马上传遍了交易所。于是，所有的人毫不犹豫地跟进，瞬间英国公债暴跌，尼桑继续而无表情地抛出。

68 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

正当公债的价格跌得不能再跌时，尼桑却突然开始大量买进。

交易所里的人给弄糊涂了，这是怎么回事？尼桑玩的什么花样？追随者们方寸大乱，纷纷交头接耳，正在此时，官方宣布了英军大胜的捷报。

交易所内又是一阵大乱，公债价格持续暴涨。而此时的尼桑却悠然自得地靠在柱子上，欣赏这乱哄哄的一幕。无论尼桑此时是激动不已也好，或者是陶醉在胜利的喜悦中也好，总之他发了一笔大财！



表面上看，尼桑似乎在进行一场赌资巨大的赌博。如果英军战败，他岂不是损失一大笔钱？实际上这是一场精密设计好的赚钱游戏。

滑铁卢战役的胜负决定英国公债的行情，这是每一个投资者都十分明白的，

所以每一个人都渴望比别人抢先一步得到官方情报。惟独尼桑却例外，他根本没有想依靠官方消息，他有自己的情报网，可以比英国政府更早了解到实际情况，

罗斯柴尔德的五个儿子遍布西欧各

国，他们视信息和情报为家族繁荣的命脉，所以很早就建立了横跨全欧洲的专用情报网，并不惜花大钱购置当时最快最新的设备，从有关商务信息到社会热门话题无一不互通有无，而且情报的准确性和传递速度都超过英国政府的驿站和情报网。正是因为有了这一高效率的情报通讯网，才使尼桑比英国政府抢先一步获得滑铁卢的战况。

另外，尼桑的高明之处还在于他懂得欲擒故纵的战术。若是换了别人，得到情报后便会迫不及待地买进，无疑也可赚一笔。而尼桑却想到了利用自己的影响先设一个陷阱，造成一种假象，引起公债暴跌，然后再以最低价购进，只

有这样才能大发一笔。这个抢先一步发大财的故事足以说明情报和信息对于生意人的重要性。

在强手如云，人才济济的商战中，当机会到来时，很可能有许多人同时发现机会，几个竞争对手一同向一个目标进击。这是力量的角逐、智慧的竞争，更是速度的较量。犹太人坚持这样一个观念：经商时，究竟鹿死谁手，很大程度上取决于速度。因此，在方向、条件不变的前提下，速度与力量成正比。流水之所以能漂石，在速度；飞鸟之所以能捕杀鼠兔，在速度，有速度才有优势。不明白这一点，难以经商。

NO 22

信息能决定生意的成败 彻底改变封闭式经营法

犹太商人相信“信息就是金钱”的说法，认为一个适当的信息就可能决定成败存亡，因此犹太商人形成了对信息的高度重视与敏感。

事实上，犹太商人的消息灵通是世界闻名的。据日本商人说，犹太商人非常喜欢收购国外破产企业，每当日本有让犹太商人看着中意的企业破产之时，远在美国的犹太商人便会最先获悉这一消息，而许多日本企业主近在國內，却是“出口转内销”，还得从犹太人那里获得有关信息。

* * * * *

美国著名的犹太实业家，同时又被誉为政治家和哲人的伯纳德·巴鲁克(1870——1965)于30岁之前已经由经营实业而成为百万富翁。他在1916年时被威尔逊总统任命为“国防委员会”顾问，还有“原材料、矿物和金属管理委员会”

主席。以后又担任“军火工业委员会主席”。1946年，巴鲁克担任了美国驻联合国原子能委员会的代表，并提出过一个著名的计划，“巴鲁克计划”，即建立一个国际权威机构，以控制原子能的使用和检查所有的原子能设施。无论生前死后，巴鲁克都受到普遍的尊重。

创业伊始，巴鲁克也是颇为不易的。但就是靠他作为犹太人所具有的那种对信息的敏感，使他一夜之间发了大财。

巴鲁克28岁那年的7月3日晚上，他正和父母一起呆在家里，忽然，广播里传来消息，西班牙舰队在圣地亚哥被美国海军消灭。这意味着美西战争即将结束。

这天正好是星期天，第二天是星期一，按照常例，美国的证券交易所在星期一都是关门的，但伦敦的交易所则照常营业。巴鲁克立刻意识到，如果他能在黎明前赶到自己的办公室，那么就能发一笔大财。

当时是 1898 年，小汽车尚未问世，而火车在夜间又停止运行。在这种旁人束手无策的情况下，巴鲁克却急中生智，想出了一个绝妙的主意：他赶到火车站，租了一列专车。星光下，火车风驰电掣而去，巴鲁克终于在黎明前赶到了自己的办公室，在其他投资者尚未“醒”来之前，做成了几笔大交易。他成功了。

巴鲁克同其他投资者相比，他在获

得信息的时间上，并不占先手，但在如何从这一新闻中解析出对自己有用的信息，据此作出决策，并采取相应的行动上，巴鲁克确确实实地占据了先手，巴鲁克在不无得意地回忆自己多次使用类似手法都大获成功时，将这种金融技巧的创制权归之于罗斯柴尔德家族，但显然，在对信息的“理性算计”中，他是青出于蓝而胜于蓝的。

No 23

把一个信息变为一把金钥匙 信息灵，百业兴

犹太商人认为有了宝贵的信息，得到了好的主意，还需要有切实可行的经验措施，才能使愿望变成现实，把信息变为金钱，否则一切都还只是空想。

美国佛罗里达州有个犹太小商人，注意到家务繁重的母亲们常常临时急忙忙上街为婴儿购买纸尿片，于是灵机一动，想到要创办一个“打电话送尿片”公司。

送货上门本不是什么新鲜事，但送尿片则没有商店愿意做，因为本小利微。怎么办？

这个小商人又再灵机一动，他雇佣全美国最廉价的劳动力——在校大学生，让他们使用的是最廉价的交通工具——自行车。他又把送尿片服务扩展为兼送婴儿药物、玩具和各种婴儿用品、食品，随叫随送，只收 15% 的服务费。

如今，他的生意越做越兴旺。

经营者获取市场信息，制定经营策略，为的是要把握机会。所谓机会是指

一时一地出现的某种特殊条件，它带有一定的偶然性，往往稍纵即逝。精明的人，一旦顺手“牵”着机会，就会以最快的速度开发它，利用它。真正是快一步天高地阔，慢一着满盘皆输。

靠信息发财，是办实业做买卖必不可少的法宝，没有信息，经营者就像双目失明的盲人，面对四通八达的交叉路口不知如何起步。

* * * * *

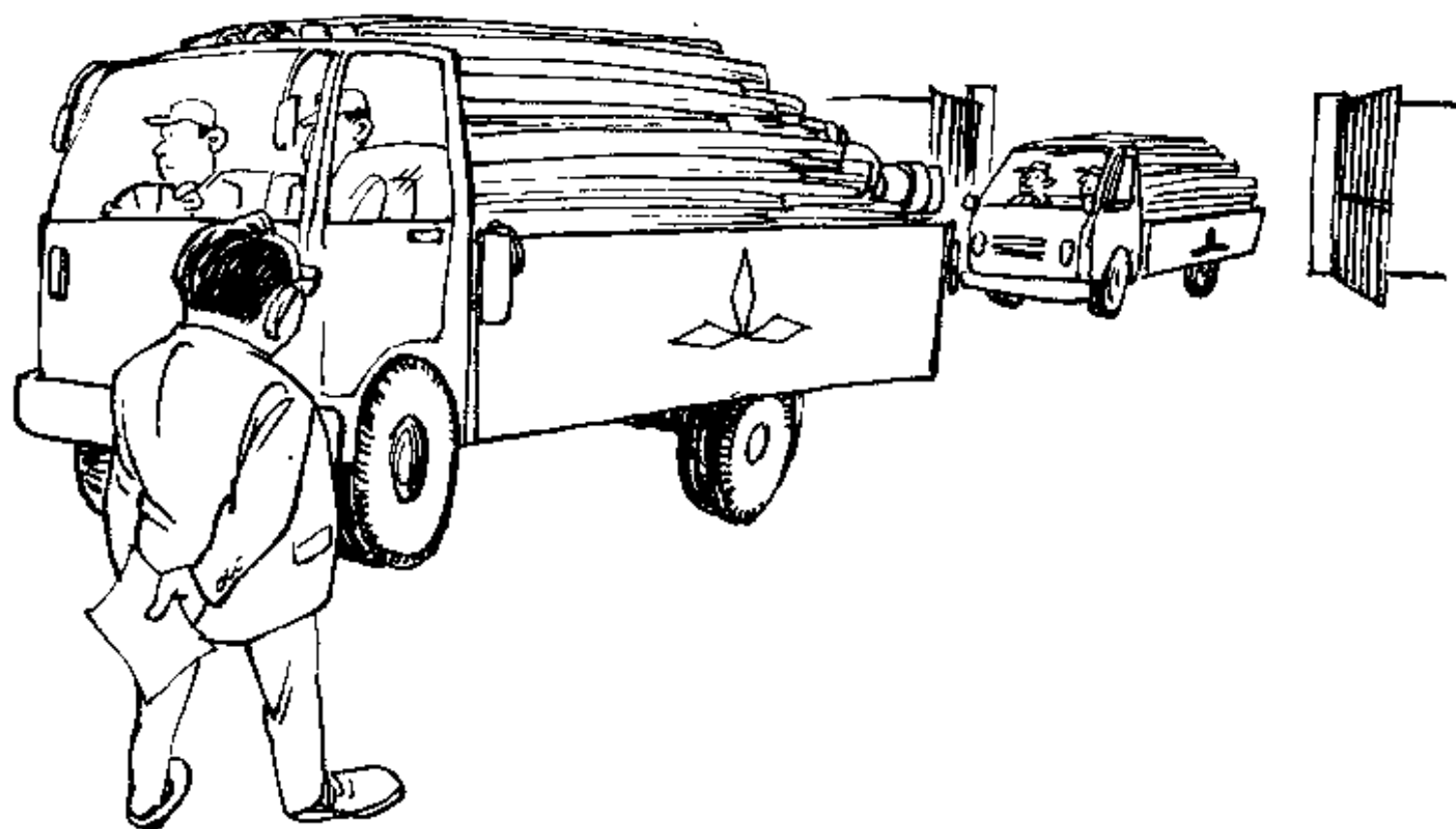
俗话说，信息灵，百业兴。在瞬息万变的市场上，经营者必须具备极强的应变能力，随时做出正确的决策，而决策的基础在于耳聪目明，获取大量及时、准确的信息。市场上常常出现这样一些情况，一方面消费者持币观望，抱怨买不到满意商品，另一方面是商店、个体摊位、生产厂的产品卖不出去而大量积压，其根本原因就是产品不适销对路，

造成产品生产与市场需求脱节。

很多经营者缺乏信息意识，不做市场调查，凭着主观愿望盲目生产，或者仿制仿造他人的商品，结果在激烈的竞争中一败涂地，有些经营者虽然重视信息，但往往由于不能对得来的信息做出

快速决策而坐失良机，或者由于信息不全面而导致错误的决策。

信息满天下，专寻有心人。一条有价值的信息，一个准确的情报，会使一大笔生意成功。



1973年，日本东京三菱公司总部收到了驻卢萨卡情报人员的报告，说扎伊尔发生了军事叛乱，叛军正向赞比亚的铜矿区移动。他们经过分析和推测，认为叛军一定会切断交通。那里出产的铜在世界市场上占有重要地位，如果交通一旦被切断，必然会影响国际市场上铜的价格。而这种情况尚未引起新闻界的注意，伦敦五金交易所铜的价格仍维持每吨860英镑。于是，三菱公司决定立即大量购铜。不久，叛军果然切断了交通，使得铜价迅速上涨至每吨921英镑。三菱公司抛出大量库存，因此赚了一大笔钱。

怎样利用信息资料来赚钱。

犹太商人认为，如果得到加工某种

产品很有市场销路的信息，就要快速实施，做到四快：

(1) 快速设计

即有销路的新产品，按照其规格、质量、牌子进行设计，且设计的时间不能拖得太久，以免耽误时间，影响快速投产。

(2) 快速筹资

设计完成后，要尽快筹集资金。凡是搞一个经营项目，没有一定资金的投入，问题就不好解决。而筹集资金，并不是一件容易的事，应该把需要数量、筹集渠道弄通，一定要资金齐备，不误时机。

(3) 尽快投产

74 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

只要生产或经营条件具备了，就要在保证质量前提下，以最快速度，把产品生产出来，把商品调运回来，完成商品上市销售前的所有程序。

(4) 销售要快

俗话说：“行情是六月的天，疯狗的脸，说变就变。”当你把产品生产出来、把商品运输回来之后，一定要趁着行情

好的时机，赶快销掉脱手，将产品变成货币。

当然，犹太商人认为，也会发生另一种情况，当你的产品生产出来，商品运输回来时，市场行情不好。但已分析预测到，等一段行市会涨，行情会好，那就不妨等待时机。这样利用信息，就一定会赚上钱。

NO 24

只要用心，就能拥有金库 巧妙地暗渡陈仓

犹太商人在自己的生意经中经常以“用心计”作为致道的手段，他们多次表明“金库是从心中变出来的”，下面这个案例可以说明：

1978年11月，在洛杉矶市获得奥运主办权后的一个月，市议会就通过了一项不准动用公共基金办奥运会的市宪章修正案。

洛杉矶市政府只好把求援之手伸向美国政府，也许是对奥运会不屑一顾，也许是已经意识到美国举办奥运会将会遭到苏联的报复而进行抵制，美国政府对此冷若冰霜，明确表示不能提供一分钱。

巧妇难为无米之炊。洛杉矶市已经走投无路，只好向国际奥委会申请，要求允许以民间私人出面主办奥运会。

这个请求太意外了，国际奥委会还从来没想过由私人主办奥运会。万一这个人半途而废怎么办？偌大的奥运会交由私人主办，国际奥委会的面子置于何

处？

更何况，《宪章》已明确规定只能由城市主办奥运会。如果还有另一个城市申请，国际奥委会就有了回旋的余地，然而，当时没有别的国家和城市申请举办，国际奥委会一点儿回旋的余地都没有，《宪章》的这条规定第一次失败了。

于是，洛杉矶奥运会筹备组开始“物色”一个能在行政当局不贴一分钱的情况下办好奥运会的人选。

“物色”委员会的理想标准是，这个人年龄在40—55岁之间，在洛杉矶地区生活过，喜欢体育，具有从经济管理到国际事务等多方面的经验。

电子计算机在不停地开动，一次又一次地筛选，计算机里不断出现的名字就是——彼得·尤伯罗斯。

于是筹备组向尤伯罗斯发出了邀请。当筹备组的人谈起所谓“理想人选”的标准后，尤伯罗斯情不自禁地说：

“哦，这有点像我。”

76 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

他妻子吉妮后来说：

“不是像他，就是他。”

私人主办奥运会是奥运史上的第一次，同时也意味着要冒最大的风险。前几届奥运会是城市主办的，财政上的亏损，谁也没能逃过去。

1972年，在原联邦德国慕尼黑市举行的第20届奥运会所欠下的债务，久久不能偿还。

1976年，加拿大蒙特利尔第21届奥运会，亏损达到10亿美元。

1980年，在苏联的莫斯科举行的第22届奥运会耗资高达90亿美元，亏损更是空前。

1980年，在美国普莱西德湖举行的冬季奥运会，从财政和组织上来说，也是不甚成功的。

纵观现代奥运会的历史，就能发现，举办奥运会是财政上的一场“灾难”，谁主办谁就得不惜“血本”，更何况尤伯罗斯是私人主办奥运会。

现实即使如此，但尤伯罗斯觉得是对自己一次重大的挑战，他欣然接受筹委会的邀请。

奥运会是举世瞩目的，对一个国家、一个民族和城市来说，能够承办奥运会是一个巨大的荣誉，但是，奥运会的巨额费用使承办者苦不堪言，想承办者也知难而退，筹集资金是承办奥运会的关键，这个问题始终困扰着人们。

但尤伯罗斯毕竟是一个善幻脑筋的人物，如果没有很大把握，他也不会接这个任务。

人们说：“任何东西到了商人手里，都会变成商品”。

这句话对尤伯罗斯来说恰如其分，毫不夸张。

尤伯罗斯决定利用各竞争对手的竞争心理，提高赞助收入。

在规定本届奥运会正式赞助单位中只接受30家，每一个行业选择一家，每家至少赞助400万美元，赞助者可取得本届奥运会某项商品的专卖权，这样一来，各大公司就只好拼命抬高赞助额的报价。

* * * * *

可口可乐和百事可乐历来是对头，每一届奥运会都是两家交手的战场。1980年莫斯科奥运会上，百事可乐占了上风，虽然赌注大了点，但毕竟打响了牌子，提高了销售量。可口可乐尽管自恃老大，但一不留神就会在竞争中落后，这次洛杉矶奥运会上，可口可乐决心一定要挽回自己的面子。

尤伯罗斯向两家“面子”公司抛出了400万美元的底价。

百事可乐思想准备不足，还在犹豫之际，可口可乐已经胸有成竹，一下子把赞助费提高到1300万，高出了尤伯罗斯提出底价的3倍。

可口可乐的一位董事咄咄逼人地说，我们一下子多出900万，就是不给百事可乐还手的余地，一举将它击退。果然百事可乐没有还手，可口可乐成了饮料行业独家赞助商。

尤伯罗斯笑纳1300万美元后，又把目光对准了感光胶片的两位大亨：柯达公司和富士公司。底价同样是400万美元。

然而这次可不那么顺利。

柯达公司开始也想加入赞助者的队伍，但他们不肯接受组委会的不得低于400万美元的条件，他们只同意赞助100万美元和一大批胶卷。尤伯罗斯没有答应，他还亲自飞到柯达公司的总部劝说他们接受组委会的条件，但“心胸狭窄和傲慢”的柯达公司没有同意，他们满以为有把握不改变条件便可获得赞助权，等待着尤伯罗斯的让步。

此时一向嗅觉灵敏的日本人似乎感觉到了什么，决心以此打入美国市场。富士公司同尤伯罗斯讨价还价，最后以700万美元的价格买下了洛杉矶奥运会胶卷独家赞助权。

* * * * *

待到柯达公司醒悟时，富士胶卷已经充斥了美国市场，为此柯达公司广告部的经理被撤了职。

美国通用汽车公司与丰田等日本几家汽车公司的竞争，更是热火朝天，彼此都竭尽全力以拼抢这“惟一”的赞助权……

结果，企业赞助共计3.85亿美元，而1980年的莫斯科奥运会的381家赞助厂商，总共赞助仅900万美元。

收入最高的莫过于把运动会实况电视转播权作为专利拍卖。

最初，工作人员提出的最高拍卖价是1.52亿美元，遭到他的否定。

他亲自出马先研究了前两届奥运会电视转播的价格，又弄清楚了美国电视台各种广告的价格，提出2.5亿美元的价格。

格。

尤伯罗斯还以7000万美元的价格把奥运会的广播转播权分别卖给了美国、澳大利亚等国，从此以后，广播电台免费转播体育比赛的惯例被打破了。

结果，仅此一项，尤伯罗斯就筹集到了2.8亿美元。

奥运会开幕前，要从希腊的奥林匹克把火炬点燃空运到纽约，再蜿蜒绕行美国的32个州和哥伦比亚特区，途经41个城市和近1000个镇，全程1.5万公里，通过接力最后传到洛杉矶，在开幕式上点燃火炬。

尤伯罗斯发现参加奥运会火炬接力跑是很多人梦寐以求、引以为荣的事情，于是他提出了一个公开出卖参加火炬接力跑权利的办法，即凡是参加美国境内奥运火炬接力跑的人，每跑一英里，须交纳3000美元。

此语一出，世界舆论哗然，尽管尤伯罗斯的这个做法引起了非议，他依然我行我素，最后大笔的款项还是收上来了，这一活动筹集到了3000万美元。

设立“赞助人计划票”，凡愿赞助2.5万美元者，可保证奥运会期间每天获得最佳看台座位两个；每家厂商必须赞助50万美元，才能到奥运会做生意，结果有50家厂商，从杂货店到废物处理公司，都出来赞助。

组委会还发行各种纪念品、吉祥物，高价出售。

虽然奥运会的大多数项目的开支不能减少，但有不少项目可以采取变通办法，这就会节省一大笔开支。

首先，洛杉矶1932年曾举行过奥运

78 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

会，虽然现在的奥运会的规模与当初不可同日而语，但以前奥运会的一些设施毕竟犹存，仍然可以用。于是他对这些场地简单地进行了修缮，这就为他节省了一大笔开支，而且大大减少了工作量。

其次，尤伯罗斯正式聘请的工作人员只有 200 名职员，这与前三届比相差悬殊：

慕尼黑奥运会有 1600 个职员；

蒙特利尔奥运会有 1505 个职员；

莫斯科奥运会有 2000 个职员。

随着奥运会的日益临近，整个洛杉矶已呈现出浓郁的气氛。由各公司赞助整修和重建的各种设施已焕然一新。

当国际奥委会主席萨马兰奇和主任贝利乌夫人视察了这些设施之后，非常满意地说：

“洛杉矶奥运会的组织工作是最好的，无懈可击的。”

140 多个国家和地区的 7960 名运动员使这届运动会的规模超过以往任何一届。整个奥运会期间，观众十分踊跃，场面

热烈，门票销路大畅。田径比赛时，9 万人的体育场天天爆满，以前在美国属于冷门的足球比赛，观众总人数竟然超过了田径，就连曲棍球比赛也是场场座无虚席。美国著名运动员刘易斯一人独得 4 枚金牌，各种门票更是被抢购一空。多杰尔体育场的棒球表演赛，观众比平时多出 1 倍。

同时，几乎全世界都收看了奥运会的电视转播，令人眼花缭乱的闭幕式至今还留在人们记忆中。

在奥运会结束的记者招待会上，尤伯罗斯宣称，本届奥运会将有盈利，数目大约是 1500 万美元左右。一个月后的详细数字表明本届奥运会盈利 2.5 亿美元。

洛杉矶奥运会以其财政上前所未有的成功为后来的奥运会树立了榜样，这一结果证明了尤伯罗斯确实是一个经营天才，也证实了犹太商人“金库是从心中变出来的。”的著名观点。

NO 25

知根知底才能对路 在沙里淘出大把的金

犹太商人的生意经中，他们认识到某行能赚钱，这一行也就快成为夕阳产业了。如何利用各种有利条件，创造赢利的机会，是成功商人的法宝。其中“知彼”和“知己”是不可分的，只有做到既知道自己的特点，又能知道外部条件，才能保证全胜。下面这个犹太人津津乐道的故事，就充分体现了这一经商谋略。

1978年，有两位小说家根据李维·施特劳斯的身世写成了情节起伏跌宕的爱情小说。这样一来，便给这位牛仔大王蒙上了一层神秘的面纱，使得人们对李维·施特劳斯的牛仔裤几近痴迷，穿牛仔裤几乎成了每个年轻人的时尚，一时间世界上掀起了一股牛仔文化热。

时间追溯到28年前，1850年，美国报纸刊登了一则令平民百姓惊喜的消息：“美国西部发现了大片金矿”。于是美国历史上那震撼人心的西部移民运动开始了，那些怀揣着发财之梦的人们，携家

带口纷纷拥向通往金矿的路途，滚滚人流络绎不绝地向金矿之地拥去，景象十分壮观。21岁的李维·施特劳斯也经不起黄金的诱惑，加入到汹涌的淘金者队伍。来到旧金山后，看着多如蚁群的淘金者和一望无际的帐篷，他的发财梦很快就被打碎了。

他决定放弃从沙土里淘金的工作，他想，要想在这里真正赚到钱不是从沙土里，而应该从那些淘金工人身上淘出真正的金子出来。就这样李维·施特劳斯用身上所有的钱物，开办起一家专门销售淘金工人日用百货的小商店。

小商店开业以后，李维·施特劳斯整日忙着进货和销货，十分辛苦，使这个小商店的利润十分丰厚。

当时由于淘金者很多，用来搭帐篷和马车篷的帆布也很畅销。李维·施特劳斯于是便乘船去购置了一大批帆布来到了淘金工地，可是没想到采购的货物刚一下船，小百货品就已被抢购一空，而

80 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

帆布却无人问津。

* * * * *

一天，一位淘金工人问他“你为什么不带些裤子来呢？”

“裤子？为什么要带裤子来？”李维·施特劳斯大感惊奇。

“不经穿的裤子对挖矿的人来说是一钱不值的，”这位淘金工人继续唠叨道，“现在矿工们所穿的裤子都是棉布做的，不耐穿，很快就会被磨破。”他忽然建议道：“如果用这些帆布来做成裤子，既结实又耐磨，说不定会大受欢迎。”

淘金工人走后，李维·施特劳斯好好地想了这位工人的话，觉得很有道理。如果把这些帆布都加工成裤子的话，这些帆布不就可以全部卖出去了吗？李维·施特劳斯抱着试试看的念头。找回这位淘金工人，把他带到了裁缝店，用帆布为他免费做了一条裤子。

没多久，裤子做好了，这位淘金工人穿上结实的帆布工装裤很是兴奋，逢人就讲“李维氏裤子”。显然这条裤子比别的裤子结实多了，而又经这位淘金者一宣传，这条裤子便变得神奇无比了。于是人们便纷纷前来询问，李维·施特劳斯当机立断，把剩余的帐篷布全部加工成了工装裤，结果很快被抢购一空。

这次成功以后，使得李维·施特劳斯萌发了专为矿工生产这种“李维氏工装裤”的念头，于是他放弃了小百货店，用微薄的资金开办了“李维·施特劳斯公司”，以淘金工人为对象，开始大批量地生产和销售这种既结实又耐磨的工装裤，

销售量非常可观。

经过仔细地观察，李维·施特劳斯认为，帆布虽然结实耐磨，但它不柔软，穿在身上不是那么舒服；在样式上工装裤比较单调而且肥胖不得体。李维·施特劳斯以商人特有的敏感，开始改进工装裤的面料和样式。

李维·施特劳斯虽然跟随着家人来到美国，但还是与欧洲的亲戚们保持着联系。他通过亲戚了解到，一个叫涅曼的法国人发明了一种叫做“尼姆靛蓝斜纹棉哗叽”的蓝白相间的斜纹粗棉布，在欧洲很受欢迎。听到这个消息的李维·施特劳斯如获至宝，他毫不犹豫地从此法国进口这种布料作为工装裤的专用面料。

* * * * *

经过大胆想像，李维·施特劳斯决定对这些工装裤做一次样式上的改观。结果这种新式面料生产出来的裤子，不但结实耐磨柔软紧身，而且样式也显得漂亮多了，再次受到淘金工人的欢迎。这种工装裤一时间在西部的淘金工人、农机工人以及牛仔中间广为流传。人们也把这种裤子改了叫法，叫做 JEANS，这一度成为工装裤的代名词，这种叫法为工装裤的进一步流行起到了宣传作用；加上靛蓝色是欧洲原始时代和宗教信仰有着密切关系的颜色，所以这种颜色对牛仔褲流行欧洲起了潜在的帮助作用。

李维·施特劳斯还紧密结合淘金工人的劳动特点不断地对工装裤进行改进。淘金工人在劳动过程中，经常把认为含有金子的矿石样品放进裤袋，用线缝制

的裤袋因磨损严重经常断线裂开。有一次，一位名叫戴维斯的裁缝发现淘金工人埃克的裤兜被矿石撑破，便用黄铜铆钉对裤兜进行加固。这里的黄铜，实际上是铜和锌的合金材料，坚固结实，钉在裤兜上方两角上，不仅牢固，同时还起着修饰作用，这样一来工装裤显得更美观大方。为了保证裤兜不会从中间断线，戴维斯还采用对裤兜四周进行皮革镶边的办法对裤兜进一步加固，效果十分明显。李维·施特劳斯十分重视戴维斯的这项发明，他找到戴维斯，请他为所有的工装裤均加上黄铜铆钉。

1873年，李维·施特劳斯和戴维斯达成合作协议，并对他们钉有铆钉的李维氏靛蓝工装裤申请了专利。经过改进，李维·施特劳斯所发明的工装裤逐渐具有了今天牛仔裤所特有的样式。

李维·施特劳斯的工装裤的样式越来越漂亮，公司越办越红火。当淘金工人进城休假时，他们身上的这种工装裤引起了市民的关注，一时间工装裤不仅受到淘金工人的欢迎，同时还受到了美国社会普通大众的钟爱。牛仔、大学生、城市青年纷纷购买李维氏工装裤，渐渐地，这种服装在美国成为一种时髦服装。



二战以后，美国社会各种运动风起云涌，妇女解放运动、学生运动、嬉皮士风潮、反越战运动此起彼伏。在各项运动中，多次出现警察与青年学生、警察与普通民众的冲突，在对峙中，李维

氏工装裤的方便、灵活性被充分地展现出来。李维氏工装裤就这样逐渐成为年轻化、大众化和充满青春魅力的象征，社会各界不分身份和地位开始接受李维氏工装裤。

82 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

20 世纪 3, 40 年代, 美国西部电影广受欢迎, 李维公司趁机把工装裤穿到好莱坞的电影明星身上, 而这些好莱坞电影明星在电影中多扮演英俊潇洒、行侠仗义的西部牛仔形象, 于是, 李维氏工装裤的名称逐渐被称为“牛仔裤”, 通过电影明星的介绍, 美国东部地区也开始把拥有一条牛仔裤当做一种时尚; 在驳斥上流人物对牛仔裤的指责时, 李维公司充分利用报纸、广播等大众传播媒介为牛仔裤正名。他们一方面宣传牛仔

裤的结实耐穿, 美观舒适, 是“最佳打扮”; 另一方面则结合美国的各项社会运动, 把牛仔裤说成是民主、自由的象征, 甚至把牛仔裤包装成为一种“牛仔裤文化”。在强大的宣传攻势下, 牛仔裤很快从美国的西部流行到南部, 到 20 世纪 5, 60 年代, 牛仔裤不仅红遍了美国, 还逐步走向了世界。

如果没有对淘金工人的深刻了解, 如果没有淘金工人的需要, 或许, 世界上根本不会有什么“牛仔裤”。

No 26

看准病，再下药

抓钱十术

抓钱有术。美国《财富》杂志公布了下面十种近百年来犹太商人最为推崇的抓钱术：

(1) 远见卓识术

1967年6月，中东战争爆发后，东西方之间的海上门户苏伊士运河一度被关闭。日本和西方国家在中东购买的石油只好绕过好望角，在长途跋涉后回到本国。这种长途运输导致对油船的需求大幅度增加，各航运公司纷纷大批购进油船，挤进石油运输行业，赢得巨额利润。石油运输业蜂拥而起，一时成为世界航运业的热门话题。

而在挪威的卑尔根，有一个年轻人却对此有着独特的看法。他就是后来曾任挪威船长协会董事长、被评为挪威1977年最佳公司的耶伯生船运公司的拥有人——阿特勒·耶伯生。他当时年方31岁，因其父亲去世刚刚接过父亲留下的一家小船运公司，这家公司只拥有7条船，与其他大船运公司比起来，力量极

其弱小。其父在世时，面对航运业中经营油船的热潮，不甘心眼睁睁看着肥水流进外人田，也购进了3条油船，希望藉此挤进石油运输业，然后扩展其航运公司的力量。油船的造价非常高，这3条油船花费了公司微薄资本的大部分，这种投资积压了资金，具有一定危险性；同时面对一些庞大的运输公司，只有3条油船的小公司其实毫无竞争力。

* * * * *

年轻的企业家耶伯生鉴于这种情况，在接管公司一年后宣布卖掉油船，退出石油运输的竞争热潮。许多人对此大惑不解，还有一些人更是认为耶伯生年轻无知，不趁着大好时机狠赚一把，却退出竞争，搞其他方面的运输。

面对人们种种评论，耶伯生淡然置之。油船很轻易地就脱手了，利用卖3艘油船的钱，耶伯生购进了几艘散装船，

84 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

这种散装船可以用来为大公司运输钢铁产品和其他各种散装原材料。以此为基础，他与一些大公司签订了运输钢铁产品和原材料的长期合同。

他曾解释说：无论建设船运公司还是工业公司，都存在长期打算和短期打算的两种不同做法。作为一家小公司，虽然有在投机性的热潮中大赚一笔的机会，但是日后却无法逃脱经济衰退的致命打击。惟有放眼长远利益，放弃眼前小利，站稳脚跟，逐步发展壮大，才能在险象环生的航运业里立于不败之地。

* * * * *

不久，1973年再次爆发中东战争。为抵制美国等西方国家对以色列的支持，阿拉伯产油国纷纷提高油价。油价猛涨，使许多石油消费国大幅度削减石油需要量。与此同时，北海和阿拉斯加石油的成功开采，也改变了石油运输的路线。这两个原因使油轮的需求量锐减，给世界运输行业带来了根本的变化。许多石油运输船处于空闲之中，各大油船公司在新情况下进退维谷，一筹莫展，有的以遭受重大损失为代价转向其他方面，有的因缺乏足够的财力无法转向而处于崩溃状态。

而耶伯生这家曾经只拥有七条船的小公司，凭藉其与工业部门签订的那些长期合同，运输散装货物，盈利稳步上升，不仅安然度过航运业的衰退时期，而且逐步积累起资本，使公司有了进一步的发展。

今天的耶伯生公司已 是挪威最有生

气的船运公司，在耶伯生的手中，掌握着总共 120 万顿的 90 条商船的大船队，还有在世界各地的众多投资。这些成果，可以说正是建立在其创业初期的这一决定之上的。

生意场上总是如江海波涛一样，有起有伏，危机常常出现。如果急功近利，下赌注式地能捞则大捞一把，这是不能有广阔发展前途的，只有把眼光放长远，不怕暂时的损失，才能在波涛滚滚中安渡险关，取得长远的发展。耶伯生的成功正是因为他对这一经济规律有透彻认识。

(2) 大造声势术

蜚声世界的英国披头士乐队在其早期久久打不开局面，除在利物浦地区有点儿影响外，他们的唱片一直挤不进全国畅销唱片的目录，人们养成已久的欣赏习惯顽固地排斥着这种反传统的“新玩艺儿”。

这个乐队的经理人布赖恩·艾泼斯坦独具慧眼，看到了该队的潜力，决意改变这种萧条的状况。他把一批代理人派往各个编制唱片目录的城市。这些人到了各个城市之后，在规定的同一时间里到处购买披头士乐队的唱片，并故意到已售缺的商店三番五次地催问下一批唱片的到货时间，同时还向电台、电视台询问购买该唱片邮购商店的地址。大量从各地收购来的唱片，又经艾泼斯坦自己的唱片商店再转手批发和零售出去，从而伪造出披头士乐队唱片十分走俏的“繁荣”假象，经过这样几个月的来回循环折腾，披头士乐队的声望轰地一下子上去了，这种音乐变成了英国的流行乐。

不仅如此，披头士热还越出英国国界，飘洋过海，迅速传到了其他许多国家，成了一种世界性的流行音乐，影响了一代人，甚至使英国在数年之内能借此平衡国际财政收支。

流行是大众的趋向性思维和行为。流行可以是不自觉形成的，也可以是人为有意制造的，甚至可以是蓄意伪造出来的。披头士乐队开始的名声大噪就是伪造的结果。在商业活动中，流行尤其重要，流行商品就意味着大批量的生产、广阔的市场和高额利润，因此，为了广开销路，在产品的流行上做些文章是值得的。

(3) 巧名引客术



在日本，搬家是近年来迅速崛起的一个新兴行业。如今，阿托搬家中心已在该行业中独占鳌头，享誉全国。可是，当它于1977年6月创立时，却在公司名称上费了一番心机。

阿托搬家中心的总经理寺田千代乃原先惨淡经营着运输业。当她决定放弃常年萧条的运输业，创建一个搬家专业公司时，成千上万个运输公司正纷纷寻找搬家这一新的出路，他们都是她的潜在竞争对手。如何开始公司的工作？寺田千代乃既是企业家，但首先是一个家庭主妇。她想到：如果自己搬家，肯定会通过电话号码簿查找运输公司的电话。于是，她决定花钱在电话局注册，把公司的商号和电话登在电话簿上。通过对电话簿的仔细分析，寺田千代乃发现，日本的电话簿是按行业分类的，而在同一行业中，公司的排列顺序是以日语字母为序的。如果公司的第一个日语发音

字母为“阿”，则排在前边；在同是“阿”字打头的公司中，再按第二个字母“托”的顺序排列。她想，要是把自己的公司取名为“阿托”，肯定会排在首位，容易引起顾客的注意，因为用户在查阅搬家公司的电话号码时，首先会发现名列首位的“阿托搬家中心”。

公司的名称选定后，寺田千代乃又发现电话局尚有一个醒目的空白号码——“0123”，这无疑是一个最简单而又最容易记住的号码。她顿时如获至宝，把它作为公司的专用电话号码。

* * * * *

于是，“阿托搬家中心”及其电话号码“0123”，借助于电话号码簿的媒介，很快就传遍了日本的千家万户。

俗话说，“名不正则言不顺”，而言不顺则行不畅。对于一家公司来说，公司的招牌就是一面招商旗，至关重要。正因为如此，许多公司都煞费苦心选择公司乃至产品的名称，藉以提高知名度，扩大影响。阿托搬家中心巧妙地为自己立了名，便利了公司的经营活动，业务由是兴隆，正是运用了“巧名引客”谋略的结果。

(4) 以假乱真术

1970年，南韩巨富郑周永投资创建蔚山造船厂，要造100万吨级的超大型油轮。对于造船业来说，郑周永可说是一个完完全全的门外汉，但他却信心十足地认为：“造船，和造发电厂一样，总是由不会到会，从不熟悉到熟悉，没有什么了不起的！”不多久，他就筹措了足够

86 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

的贷款，只等客户来订货了。

但订货单可没有那么容易得到。当时，外商没有一个相信南韩的公司有造大船的能力。怎么办？郑周永为此苦思冥想，终于，他想出了一招：从一大堆发黄的旧钞票中，挑出一张 500 元的纸币，纸币上印有 15 世纪朝鲜民族英雄李舜臣发明的龟甲船，其状极易使人想起现代的油轮。而实际上，龟甲船只是古代的一种运兵船，李舜臣就是用这种船大败日本人，粉碎了丰臣秀吉的侵略。郑周永即随身揣着这张旧钞，四处游说，宣称朝鲜在 400 多年前就已具备了造船的能力，完全能胜任建造现代化大油轮的能力。经他这么一游说，外商果然信以为真，很快就提出了两张各为 26 万吨级油轮的订单。

订单到手后，郑周永立即率领职工日夜不停地苦干。两年过后，两艘油轮竣工了，而蔚山船厂也建成了。

郑周永以一纸废钞游说外商，以假乱真，令人叫绝。

(5) 引君上钩术

雪球是越滚越大的，生意刚开始时也是以小规模开始，然后像滚雪球一般把它越滚越大，这种经商法是被公认为最理想、最稳健、最聪明的方法。

加州萨克拉蒙多有一位叫 F·D·T 青年，他的家境穷困，从小就到处去做工，省吃俭用，在 25 岁时省下少许钱，开始做家庭用品的邮购业务。

首先他便在一流的妇女杂志刊载他的“一元美金商品”，所登的厂商都是有名的大厂商，生产的制品而且都是实用的，其中大约 20% 的商品的进货价格超

出一元美金，60% 的进货价格刚好是美金一元。所以杂志一刊登出来，订购单就像雪片飘落般多得使他应接不暇。

他并没什么资金，这种方法也不需要资金，客户汇款来，就用收来的钱去买货就行了。

* * * * *

当然汇款越多，他的亏损便越多，但他并不是一个傻瓜，寄商品给顾客时，再附带寄去 20 种价值三块美金以上，百块美金以下的商品目录和商品图解说明，再附一张空白汇款单。

这样虽然卖一元美金商品有些亏损，但是他是以小金额的商品亏损来收买大量顾客的“安心感”和“信用”。顾客就不会在戒惧的心情之下向他买昂贵的东西了。如此一来，昂贵的商品不仅可以弥补一元商品的亏损而获致很大利润。

就这样，他的生意就像滚雪球一样越做越大，一年之后，他设立一家 F·D·T 商品邮购公司。再过三年后，他雇用 50 多位员工，1974 年的销售额多达 5000 多万美元。

他这种钓大鱼的商法，真是有惊人的效力。这位仁兄，起初一无所有，可是开始做吃小亏赚大钱的生意，不出几年就奇迹般建立起他的“小王国”——F·D·T 商品邮购公司。当时他还不过是一位 29 岁的小伙子而已。

(6) 和气生财术

明治初期，木屐店鹿岛屋是东京最大、销售量最多的木屐店。老板鹿岛是以十五块钱资金做起的，何以他能如此

发达呢？

那就是鹿岛别出心裁，肯做下列的事情所致。

①他没有挂起招牌，也没有行号，只有在一块大木板上画了一只木屐。

②店面贴一张东京市地形详图，旁边写着：“东京市的街路，如何走法？如果不清楚，请进来，我们会告诉您。”

③我们所做的木屐品质最好，最耐用，足以走遍东京市内一千次。

④店中提供顾客放置行李，免费替顾客保管。

⑤备有杂志、火车时刻表、报纸，供给顾客自由阅览。

⑥备有火柴、纸、铅笔等任顾客自由使用。

⑦只要一赚钱，就立即装置电话机，供顾客任意使用。

他这种简单易行的为顾客市民服务到底的做法，有着不容忽视的功效。没有几年就带给鹿岛惊人的财富。

(7) 风水宝地术

做过阪急电铁、东电、东宝三家公司董事长，又当过商工大臣的小林一三。1906年他35岁，当阪急电铁公司常务董事，当时坐他们电车的乘客，真是少得可怜，每年都在亏损不堪的情形下挣扎。若是换成别人一定会张皇失措的。但小林一就任就想出一个起死回生的方法来。就是在电车沿线的箕面辟设动物园，再建设有马温泉，在宝冢开办大游乐场。又在沿线大盖公寓，把公寓以分期付款方式卖给大阪市民，开创日本田园都市先河。日本最早而世界闻名的宝冢少女歌剧团也是他创立的。接着又在电车的

起站和终点站创设百货店。

这些事业都是他别具慧眼的新创。不久之后，小林的做法发生示范作用。各公司都竞相模仿他的经营方法。他是一位优秀的企业家，同时也是一位企业界的创作家。

* * * * *

再说，无论要开始做任何生意，地点对生意的成败有莫大的关系。这一位精明的先生选定日本剧场的地点是有名的。他首先到东京市各警察派出所去调查遗失钱包的件数，而以丢掉钱包最多的地点决定设立剧场的。现在有乐町的日本剧场的地点就是这样选定的。

(8) 别开生面术

大阪最大的餐馆“吃光”（日名，吃倒）是1970年重新开业的。董事长山田六郎竞选议员失败后，就专心做餐馆生意。当他重新开张没多久，500多位员工就宣告集体罢工了。这确实给他带来很多麻烦。但并没有难倒他，反而使他愈聪明愈坚定。

罢工风波解决后，他首先采用高薪政策，员工一律加薪三成。他说：“人事的节省是很重要，但低薪政策，总是留不住人，人事更动越多，浪费亦多。把员工薪金提高，看起来是增加薪水的费用，但员工干得久，就会自各方面为老板节省，为老板着想。因此，从整个公司长程看起来，反而合算得多了。”

所幸，这一次罢工带来了日后空前的繁荣。于是他反过来利用罢工大做宣传，大书“欢迎罢工”“我们欢迎抨击”

88 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

等字样的纸条贴满店内。

这种令人啼笑皆非的做法，真是世上罕见，新闻、杂志就把它竞相登载出来，免费替山田热闹地做了几天广告。

后来，他又做了个别开生面的广告。就是租了十多条牛，给牛穿着写上店名的红红绿绿的衣服，牛背上载满洋葱、牛蒡、马铃薯、大青椒、茄、鸡、鸭、牛鱼、海藻等各种各样的菜。他亲自带头，牵着牛在大阪市街招摇过市，吸引了千万过往的行人驻足观看。

报纸又替他将这项醒目而新奇的宣传媒体图文并茂的登出来。据报纸估计，这几年来免费替他刊登的字数，如果是要广告费，他就非花 1000 万日元不可。

这种出人意料而突出的宣传，到底有没有效果呢？

我们看它的销售金额就可明白。

第一年做 7000 万日元生意，第二年做 1.5 亿元，第三年做 4 亿元，第四年做 18 亿元，以后业绩更是扶摇直上。

他的座右铭是：“笑，笑，面对逆境的时候，该多笑，尽量笑。”

(9) 迷你贩卖术

一般来说，自动贩卖机这一行业可分成三类：一种是制造贩卖机的业者，一种是兼业贩卖者，一种是专业贩卖者。

兼业者是像销售可乐之类饮料的公司，自己用贩卖机卖自家的商品。专业者就是业者向贩卖机厂商买进自动贩卖机，机内的商品也是从商品制造商那里购入，然后跟设置场所订约，装设自动贩卖机来推销营运。简单地说，就是使用自动贩卖机来推销商品的零售业。

日本有一家三管齐下的公司，就是

大阪的德斯特自动贩卖机公司。

董事长古川久好才 34 岁，12 年前他还在一家公司当小职员时，有天看到报纸上刊登着：“现在美国各地都改用自动贩卖机来销售货品。这种不需雇人推销，一天 24 小时不停地供应商品，而且在任何地方都可以营业的新销售方法，随着时代的进步，越来越鼎盛，前途一片光明。”当时，自动贩卖机在日本也如雨后春笋般地出现。

* * * * *

这位年轻人就开始动脑筋，他想：“将来日本也必然会迈入一个自动贩卖机的时代，这项生意对于没有什么本钱的人最合适。这个新行业里还有一片新天地等待我们去开拓。至于贩卖机里面的商品，如果装入一些日用品等平庸无奇的东西，也许成功的胜算不大，应该搜集一些新奇的东西。”于是他就以一台 15000 日元的价格买下 20 台贩卖机，设置在酒吧和其他公共场所。至于机内的商品，他就装上搜集而来的珍贵物品或是向工厂订做的新奇玩意，譬如成人的小玩具、美女塑像、保险套、新奇装饰品、仿古制品等。

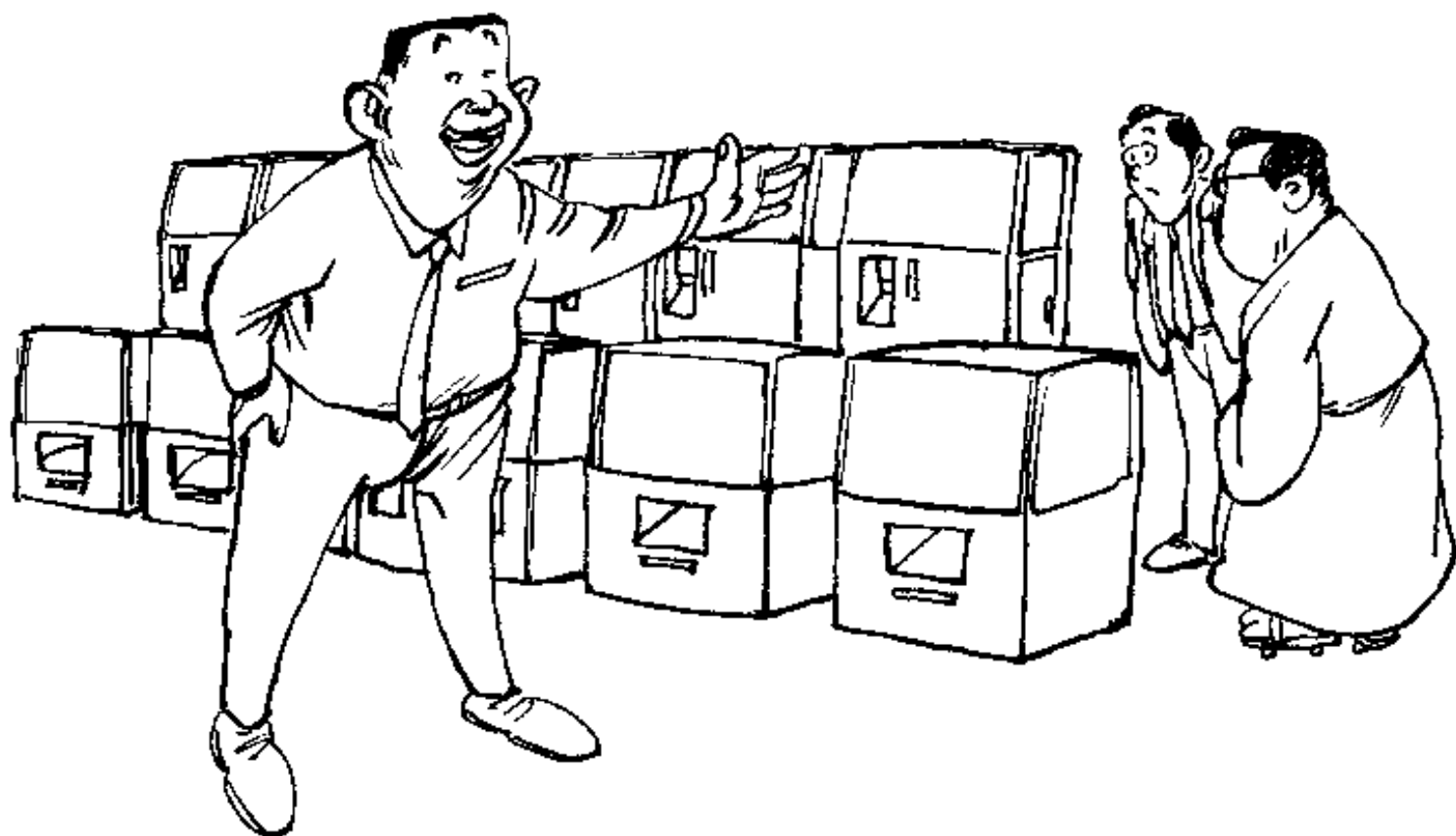
其他的自动贩卖机根本不卖这些东西，因此古川的生意好得不得了，他高兴得连嘴巴也合不拢了，第一个月就替他赚进 100 多万日元，他把每个月赚的钱，再投资于自动贩卖机。

他仅以少数的资金投入这项行业，却做得非常成功，两年之后，他的自动贩卖机就增加为一百多台。后来，他又

设立了德斯特自动贩卖机公司。而贩卖机内的商品，如冷热兼备的速食品以及装饰物、化妆品等，也因为有足够的资本可以开始自制了。

5年前，他的业务又向前迈了一大

步，他自己成立了工厂，开始制造“迷你型自动贩卖机”。这项新制品的外观特别小巧可爱，能美化设置场所，使该处凭添无限光彩。



推出之前，古川大做广告说：“亲爱的顾客们！我们新推出的迷你贩卖机迷人可爱，可美化环境，使单调的四周显得情调优美。不但能增加美观又可以替您赚钱，增加您的财富。我们还提供您最新奇、最有吸引力的商品，这些商品不愁卖不出去。这种迷你贩卖机售价每台4万日元，比普通的贩卖机便宜一半以上。保证五个月就可以收回本钱。”

古川的自动贩卖机上市后反应极佳，立即就以惊人的声势开始畅销。机器售价4万日元，机内商品大约需要2万日元，有6万日元就可靠它生财。据统计，迷你型自动贩卖机生意最好的一年，一个月销售额高达10万日元，平均销售额是56000日元。有一个人单独向古川购买

了120台，大做租赁自动贩卖机的生意。

能源危机后，古川的生意不但丝毫未受影响，反而急速地成长。现他的员工共有220位，去年一年的销售额为16亿日元。

虽然租赁自动贩卖机的行业是一项前途看好的新兴事业，做这项生意的人多如过江之鲫。但是也有很多租赁自动贩卖机公司才一出现就消失得无影无踪，也有不少公司血本无归。为什么古川的公司独占鳌头，如此腾达呢？

古川久好解释说：“应付千变万化的市场，最重要的还是要能预先洞察未来环境的变化，只能应付一时的市场需要是不够的。由于整个世界的环境改变得很快，产品的市场生命愈来愈短促。因

90 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

此，我时常创新，时常改变做法，更换商品以唤起别人的好奇心和购买欲。这样我才能不遭受同业淘汰，反而一天一天壮大起来。”

据估计，去年底日本全国有 179 万部自动贩卖机，销售额达 8600 多亿日元。美国更多，自动贩卖机总台数超过 600 万台，一年商品销售额大约是 81 亿美元。

(10) 间谍与反间谍术

在洛杉矶市郊外的海边，有个涂成白与黄两种颜色的二层大楼。四周用铁刺网围起来的这栋大楼，经常有许多多警卫带着手枪小心翼翼地巡逻。这个警卫密布的大楼就是驰名世界、走在时代前端的情报分析公司，它叫作“兰德情报公司”。

我们都知道现代已进入知识产业的时代，将主导社会的是拥有优秀的头脑和能供给最新知识和最新技术的公司。

* * * * *

收集大量的最新而可靠的情报，然后把它加以研究分析，再把新知识和新技术提供给企业界和政府机关的生意，叫作头脑公司。现在这种公司在美国一共有 400 多家。其中兰德公司历史最悠久，同时它的规模、它的情报的正确性也是举世无匹的。

“兰德”是在第二次世界大战后，于 1946 年，由美国空军技术顾问亨利·阿诺鲁道将军所创设的。当初设立的目的是收集关于空战这方面的有关军事、经济、政治的资料，然后把它整理妥当提供给空军作为改进的参考。工作开始不久，

就有丰硕的成就，一方面由于它的需要遽增，生意就自然而然地鼎盛起来，接着，它的规模和业务也急速地扩大。现在不仅是美国军部，而且民间公司亦蜂拥面来向他们购买所需要的情报。

兰德公司创立当时的研究部门有 4 个，但现在所承办的业务范围可谓包罗万象。诸如宇宙航空工业、电子科学、经营管理、计量经济、宇宙物理、战略应用、数学、应用物理、社会科学、制度分析等等均可委托研究。

他们拥有研究室数百间，每一间研究室都装有最新式的电脑及办公室，另有一个藏有 30 多万本书的图书馆。职员一千余人，其中有博士学位的有 160 位。它的一年开支在 2200 万美金以上。

它是为军部而设立的，是由国防部、航空太空总署、国务院和福特财团等共同出资合办的，是个美国高级政策顾问机构，并与美国军方直接连系，所以政府方面的工作占了一半以上。

在人才方面，他们人才济济多属一流。譬如有名的经济学家伊资基教授便被麦克纳马拉前国防部长请去国防部担任重要的任务，并曾发表闻名世界的“麦克纳马拉理论”。以战略问题研究闻名的克莱恩教授便被肯尼迪总统请去做他的政治顾问，曾在古巴危机时发挥了他的政治手腕。未来学闻名于世的卡恩博士，以及在旧金山设置超时代性情报分析机构“民主主义研究中心”的哈资基恩教授等等，都是“兰德”出身的世界知名学者。

关于占了一半以上的国防关系的研究，到底是什么内容呢？它们 20 世纪 50

年代的主要研究项目是核子飞弹，苏联经济力的分析以及核子飞弹迎击核子飞弹（ABM）的效果研究。最近几年来他们把大部分时间花在跟越战有关的游击战研究。

有个记者获准参观兰德公司，看到他们对于军事分析的精细、可资参考资料的丰富、和探求各项问题的彻底与认真、分析工具的齐全等等，曾经大为吃惊。

举个例子来说：在某个教授的研究室，这个教授把从世界各地收集而来的情报，用电脑来加以归纳分析，然后将所得到的结论作为资料，再供给各部门的专家们聚精会神的研究。这里专家们所举行的“兰德模拟战争”是很有名的。模拟战争就是把一张大地图上写了都市、工业地带、核子基地，然后分为红和蓝二个敌对国家来讨论如何攻击，及被攻击时如何防御。

也就是检讨红方能够采取的核子攻击的方法有几个？

蓝方能够采取的防御方法有几个？

从何地点发动攻击？

如果战争发生时，对于政治、军事、经济等各方面有怎么样的影响？

这样把可能发生的种种问题用电脑来加以分析，再来研究，并寻求最妥当的应付策略。

关于越南问题也是如此，他们把俘虏的详细供词记录下来，并把所搜集的战场情报，也加以整理分析，然后做成正确的资料。有时派职员去战场第一线搜集情报，以达到正确性和可靠性。因为军事研究是需要绝对正确和完整的，

所以他们不仅动员战略研究家，也时常动员数学学者、物理学者、统计学者、会计学者、经营管理学者、心理学者、社会学者等大批各部门的专家，来广泛地加以综合的判断并预测未来变化的趋向。

这样研究出来的结果，他们就秘密的送到国防部，或政府机关首长手里，作为美国政策决定的重要资料。

被誉为世界第一的“兰德”的魅力，当然是指源源而来的世界各国的各方面最新、最有价值的机密情报。因为它的情报网，遍及全球，不论政治的、军事的，并有源源不断的丰富详尽的民间公司所需要的技术方面的情报。

* * * * *

它是个情报的集合地，不论如何，非保持高度秘密不可，因此常有 40 位警官在大楼四边，全副武装的戒备着。

研究员的行动也管制得非常严格，他们不许私自带出公司内的任何东西。纸屑和尘埃用焚烧来处理，连灰烬都必须至少保持在灰烬贮藏库三年。

“兰德”所开发的分析技术之中，最为出色的是 PPBS 的开发。PPBS 就是立案计划（基本计划、部署计划）预算、制度的简化。在日本已被大藏省等机关采用。

无论是政府机构或是民间公司，现代的任何机构都愈来愈趋向复杂化、巨大化的趋势。由于机构的庞大化所招致的弊害真是多种多样。

各部门为了要显示自己优越的地位，

92 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

和争取更多的预算，往往站在本位主义，只顾自己，常想在极短的期间内，创造优异的业绩而脱轨狂奔。如此一来，他们就兼顾不到长期计划和全盘性的问题。很明显的，这种做法对于机构全体会产生不良后果，而对于最高层的政策决定也会发生不良影响，以致不能达到政策的预期目标。

以综合研究来消除这些偏差，这便是 PPBS。PPBS 被视为近代情报收集和分

析研究的最高成果。它被麦克纳马拉在国防部实用化之后，再由詹森前总统下令，颁行全国的政府各机关全面采用。

当然 PPBS 没有各行业共同的一定形态和方式，它是随着各机关、各公司的内容的不同而有所变化。

现代一般公司均向兰德要求“请替我们公司做一套 PPBS”。作成一套 PPBS 的委托研究费，兰德所订的价格便宜的是 10 万美金，贵的是 1000 万美金。

第四章

挣钱术：擅长把机会变成财富

倘若可以多赚1美元，只要有这种机会，我就绝对不放弃。

——犹太商人的金钥匙

犹太商人的富脑袋

在犹太人的挣钱术中，有一条广为人知的法则——“即使1美元也要赚”。“即使是1美元也要赚”的挣钱术表明：犹太人惯于采取“避实就虚，化整为零，积少成多”的战略，最后战胜强大的对手。实行积微成多的谋略，必须做到心怀大志，对前程自信；如果自惭形秽，胸无大志，永难成功。同时，还要具有坚忍不拔的意志和扎扎实实、埋头苦干的精神。犹太人的忍耐，创造出犹太人赚钱的信念：“在忍耐中争取我们应得到的一切，你要为我的忍耐付出代价。”犹太人的坚定耐心和具有悠久历史的忍耐力是常人难以置信的，但是，他们的忍耐也是有先决条件的，是有“度”的。精明的犹太商人最擅长计算，他们有很强的判断能力。如果他们认为自己的合作伙伴在某方面有利于自己，能够为自己带来钱财，那么，他们就可以坚定的耐心，等待对方转变心情或者等待时机的到来。

NO 27

宁可钱生钱，不要人省钱 立足于赚钱而不是攒钱

什么是钱？很多人以为放在自己的口袋里或存在银行的钞票就叫钱。犹太人绝不这样认为，在他们看来，世界上最不懂钱的人就是只知“省钱”，不知“生钱”的人，这种人是金钱的牺牲品，根本不懂得真正的爱钱之道。什么叫真正的爱钱之道呢？那就是宁可让钱生钱，不要人省钱，这就是犹太人非常推崇的。“立足于赚而不是攒”的挣钱术。

犹太商人有白手起家的传统，现在世界上许多犹太大亨发迹也不过两三代人，但犹太商人没有靠攒小钱积累的传统。

犹太人不仅爱钱，对于如何得到钱也有独到的见解。立足于赚钱而不是攒钱，是犹太商人独有的经营哲学。这里有一则笑话可资证明：

卡恩站在百货公司的前面，目不暇接地看着形形色色的商品。他身旁有一个穿戴得很体面的绅士，站在那里抽着雪茄。卡恩恭敬地对绅士说：

“您的雪茄很香，好像不便宜吧？”

“两美元一支。”

“好家伙……您一天抽多少呀？”

“10支”

“天哪！您抽多久了？”

“多年前就抽上了。”

“什么，您仔细算算，要是不抽烟的话，那些钱就足够买这幢百货公司了。”

“那么说，您也抽烟了？”

“我才不抽呢。”

“那么，您买下这幢百货公司了吗？”

“没有啊。”

“告诉您，这一幢百货公司就是我的！”

谁也不能说卡恩不智慧，因为第一，他账算得很快，一下子就计算出每支2美元每天10支，40年的雪茄烟钱可以买一幢百货公司；第二，他很懂勤俭持家由小发大的道理，并身体力行，从来没有抽过一支2美元的雪茄。

然而，谁也不能说卡恩有“活智

96 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

慧”，因为他雪茄没抽上而百货公司也没攒下，不得不对绅士表示恭敬。

卡恩的智慧是死智慧，绅士的智慧才是活智慧：钱是靠钱生出来的，不是靠克扣自己攒下来的！

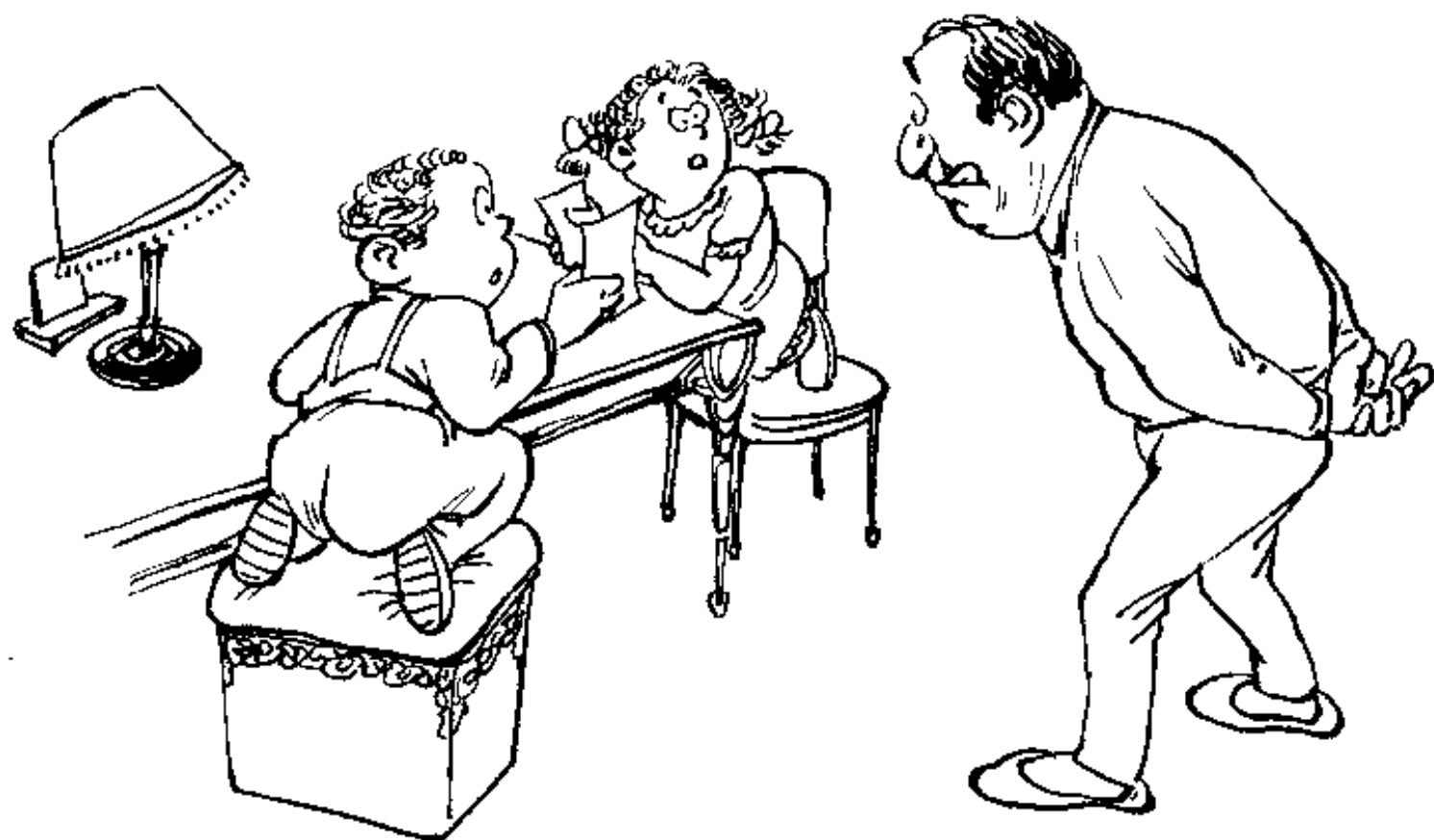
犹太商人的投资大多集中于金融业等回收较快的项目上，他们崇尚的是“钱生钱”而不是“人省钱”。

有这样一则犹太笑话：

范因斯坦一家都接受了洗礼，可萨洛蒙仍想同他结为儿女亲家。范因斯坦不乐意了，他对萨洛蒙说：

“老弟，我们可不能结为亲家呀。第一，你是犹太教徒，我是基督教徒；第二，你穷得和叫化子差不多，一个钱都没有，你知道，对咱们犹太人来说，金钱可比一切都重要。”

这则笑话表面上似乎在调侃范因斯坦前言不搭后语，刚说自己是基督教徒，接着又自称是犹太人。但认真琢磨，则是：范因斯坦在基督教的压力下，不得不改宗，但永远改不掉的是对钱的态度。因为他的血管里流淌的是犹太人的血，而犹太人则是以钱为重要的民族标记的！



另一则笑话也很有趣：

一位银行家的儿子取得博士学位后，改信了基督教。这件事深深刺伤了银行家的心，尽管两个小孙子经常来看他，但他仍是闷闷不乐。

一天，银行家看见两个小孙子在剪纸玩，便问他们在玩什么游戏。

“我们在玩银行家的钱！”孩子们不

假思索地回答。

老头儿一听，非常高兴：“小孙子的身上仍然是我的血统！”

这两个笑话都是以犹太人所面临的巨大威胁——文化同化为题材，但都以对钱的信念而不是宗教信仰作为犹太“血统”的界定。事实也是如此，诸如美国盈利最大的出版商纽豪斯报系的所有

纽豪斯人等，为了取得“钱”上的成功而放弃了犹太教，但仍被视为犹太人，此类的例子不胜枚举。这就充分说明，在宗教和“钱”二者不可兼得的情况下，许多人还是舍弃了宗教，海涅等一批人都是经过洗礼后的犹太人。因为宗教中的上帝毕竟是无形的，而“钱”才是真真切切的，只有有了钱，犹太人才能生存，然后才能信仰自己的宗教。于是，“钱”便成了犹太人真正的上帝。

* * * * *

从犹太商人集中于金融行业和投资回收较快的行业来看，他们本来就把注意力集中在“钱生钱”而不是“人省钱”上面。靠辛辛苦苦攒小钱的人是不可能具有犹太商人身上常见的那种冒险气质的。

在业务方面，犹太商人精打细算到了无以复加的地步，成本能省一分就省一分，价格能高一点就高一点，利润一定要算税后利润，以免白为税务署做贡献。但在生活上，类似于每天吸2美元一支的雪茄10支，并不是什么罕见的现象。像英国犹太银行家莫里茨·赫希男爵那样，在庄园里招待上流社会人物，在历时2周的款待中，其他不说，光是狩猎游戏中宾主射杀的猎物就达1.1万头，这毕

竟是不多见的。但即使节俭到冬天不生火炉的上海犹太商人哈同，也舍得以70万两银元修造了上海滩最大的私人花园爱俪园，并经常在花园中举行“豪门宴”。

犹太商人的这种总体上的生活方式，令同为当今世界著名商人的日本人叹为观止。其他不说，光犹太商人不管工作如何忙，对一日三餐从不马虎，总留出时间，还要吃得像模像样，而且进餐时忌讳谈工作，就让日本商人感慨万分，并对自己的人生格言“早睡早起，快吃快拉，得利三分”大觉羞愧，“仅仅为得三文钱，就必须快吃快拉，这是何等贫穷的表现。”

早期好莱坞巨头之一、同样白手起家的刘易斯·塞尔兹尼克告诫其子大卫（电影《飘》的制片人），说：“过奢侈的生活！大手大脚地花钱！始终记住不要按你的收入过日子，这样能使一个人获得自信！”这已经成为好莱坞的经营原则。

对于一个商人来说，还有什么比自信自己能赚钱而不是攒钱更为重要的呢？犹太人的这种挣钱观能使那些敢于追求财富的人发挥所有的能力和才智，成为一个真正成功的大商人。

No 28

只要有钱挣就是满足 即使是 1 美元也要赚

在犹太人的挣钱术中，有一条广为人知的法则——“即使 1 美元也要赚”。这种挣钱的心态是不求挣多挣少，只要有钱挣就是满足。犹太人这样做，为了什么？其战略意图是什么？

“即使是 1 美元也要赚”的挣钱术表明：犹太人惯于采取“避实就虚，化整为零，积少成多”的战略，最后战胜强大的对手。

实行积微成多的谋略，必须做到心怀大志，对前程自信；如果自惭形秽，胸无大志，永难成功。同时，还要具有坚忍不拔的意志和扎扎实实、埋头苦干的精神。

《犹太人的财富之路》一书中有这样一个例子：世界屈指可数的建筑业巨子中，首推美国的比达·吉威特，他被称为土木建筑大王，20 世纪 60 年代资产是 2 亿美元。但他时时坚持“即使是 1 美元也要赚”的经营方法，所以终获成功。

吉威特公司的经营内容，鲜为人知，因为吉威特往往这么回答访问者的问题：“即使公司非常著名，它所承建的工程不见得就能相对地增加。有关本公司的经营内容，无可奉告。”

这位 65 岁的土木建筑大王，现在不仅称霸于建筑业界，同时在煤矿、畜牧、保险、出版、电视公司甚至新闻界，也广泛地大展宏图，获取了巨大的利润，这是各界人士共知并予以承认的。

*** **

身为事业家的吉威特，其成功的关键就在于他那独特的经营哲学，也就是他常说的：“倘若可以多赚 1 美元，只要有这种机会，我就绝对不放弃。”然而，仅以此为例，还不足以说明吉威特的经营之道，我们要从各方面来认识吉威特这个人。

第四章 挣钱术：擅长把机会变成财富 ⇔ 99

吉威特是一位完全靠自己力量经营的代表，这多少有点保守。譬如，他为什么要经营金融公司？其主要目的是要使自己所有的子公司的资金周转及业务往来，由自己的公司来经办，不肯让其他行业去“赚”这笔钱。这样经营的结果，一方面可以保证自己公司金融上的自主性，不受制于他人；另一方面又可以趁此经营金融公司，在金融业插上一脚，的确一举两得，处处得利。

再以他创办保险公司为例，凡是属于吉威特辖下的从业人员，其健康保险、寿命保险以及各子公司的业务保险等，无不归自己的保险公司承办。如此一来，不仅“肥水不流外人田”，对外营业方面亦可捞上一笔，的的确确是合算之举。吉威特建筑公司所使用的土木机械，同样是向属下的利斯公司租赁，并支付使用费及租金。总之，依据吉威特的经营哲学，任何钱都要自己赚，同时使公司的业务蒸蒸日上，他那家建筑公司可获

得更大的利润。

一般说来，承建一项工程，合同额的利润率平均是 20%，但吉威特却有办法确保 30% 的利润。而且，吉威特对于工程费的投标，总是比其他公司低，这也早有定论。

譬如，他向美国原子能委员会所承包的俄亥俄州浓缩燃料工厂的建设工程，合同额是 7.98 亿美元。然而，吉威特不仅使完工日期比合同规定的缩短半年以上，还使工程费用比合同金额低 2.6 亿美元。

在“即使是 1 美元也要赚”的经营哲学下，吉威特仍然没忘掉顾客的利益，处处以顾客为重。在这种情况下，应该赚的钱还是赚了，难怪现在美国的土木建筑业界认为吉威特的经营规则，真正是对他们的重大威胁。

“即使是 1 美元也要赚”可以使变成犹太人的另一个生意经：“生意从不嫌小，收费从不嫌高”。

NO 29

尽可能把损失降低到最低点 不让钱打水漂

犹太人做生意从不惧怕过失，反而把过失作为赚更多钱的一种动力。在犹太人看来，很多人由于自己的过失，钱打水漂的现象时有发生，其实这是极其正常的一件事。关键是要能够想办法尽可能把损失降低到最低点，才是明智之策。同时，更不要因怕犯错，就保守自

我，不敢创新，这么一来将不知错失多少难得的发展机会。你不妨查看自己的档案记录，若是这一年中都不曾有过错误记载，我们则认为，你可能因曾经的过失而吓破了胆，而未曾勇于尝试各种应该的机会。



犹太人有这样一个故事。很久很久以前，有一家人外出旅行。途中，这家

人的漂亮女儿出去散步，不知不觉迷了路，她来到一口水井旁。

这时，姑娘正觉口渴，就攀援吊桶，去井里喝水。喝完水后，却怎么也上不来。这时，刚好有个男青年路过此地，听见井下有人哭喊，便设法将姑娘救了上来，两人一见钟情，私定终身。

两人订下婚约后，正找不到合适的证婚人，恰好见到一只黄鼠狼。于是，黄鼠狼和那口水井就成了他们的证婚人。

两人就此分别。

若干年以后，姑娘仍守着贞节，等待自己未婚夫的归来。不料，那个负心人已在他乡结了婚，生了孩子，早把山盟海誓的婚约忘了。

后来，那男人的孩子被黄鼠狼咬死了；另生了一个，也掉进井里淹死了。

这时，男青年才想起了他和姑娘的婚约以及作证的黄鼠狼和水井。于是，他就和妻子离了婚，终于回到那个忠贞不渝的姑娘身旁。

这则寓言，虽然让人读来有些于心不忍，但却说明了犹太人对违约者的态度。

犹太人在签合同时，向来善于讨价还价，这正说明了他们对合同的重视，否则也就没必要那么认真了。订约时，一切尚未决定，商量的余地大得很，接不接受全由自定。而合同一旦签订，由自己决定的东西，全成了决定自己的东西，哪怕再吃亏，也得认真去履行。这样，也就决定了他们对违约者的厌恶，

一旦犹太人违约了，他们就会毫不犹豫地将其逐出教门，一个受到犹太共同体排斥的犹太人就意味着生意史的结束。而对于非犹太人，他们一方面会诉至法院，要求对方赔偿一切损失，另一方面也会向犹太共同体通报。既然国际贸易是犹太人的天下，那违约者被挤出国际市场的危险就会马上来临。这种规矩一旦确立，就会对犹太人和一切生意伙伴形成一种威慑力。怪不得日本商人藤田会告诫日本商人，千万不要对犹太人失约。

当然，一旦真正发生了对方违约或钱财被盗的事，犹太人一般不会轻易上法庭或想方设法将对方置于死地以解心头之恨，更不会像莎士比亚在《威尼斯商人》中所描写的那样，用3000元钱去换1磅“毫无用处”的人肉。这样一味放纵自己的报复心，岂不是用钱作抵押来干蠢事吗？

犹太人最关心的不是如何报复犯罪的人，而是如何将损失挽救回来或将钱款追回来，当然杀了人则另当别论。这也许又是犹太人生意经的一点高明之处吧。

每个人都可能会有过失，但能把过失扭转回来，这是犹太人非常注意的经营规则，千万不可破罐子破摔；做不到这一点，你就经常会让钱打水漂。

NO 30

做生意无禁区 冲破国界打天下

最大限度地做大生意是犹太人推崇的挣钱术之一，因此犹太人认为“冲破国界打天下”才能去挣大钱。在犹太人看来，在当今商品世界里，时间是商品，知识也是商品。那么国籍当然也可以成为商品，而且是一种特殊的商品。在犹太人的眼中，时间可以用钱买，国籍更容易，只要有钱，便可以买到别国的国籍。他们买国籍的目的是为了赚钱方便，为经商扫除障碍。

犹太商人罗恩斯坦就是一个典型的靠国籍致富的人。

罗恩斯坦的国籍是列支敦士登，但他并非生来就是列支敦士登的国民，他的列支敦士登国籍是用钱买来的。他为什么要买此国籍呢？

列支敦士登是处于奥地利和瑞士交界处的一个极小的国家，人口只有 19000 人，面积 157 平方公里。这个小国与众不同的特点，就是税金特别低。这一特征对外国商人有极大的吸引力，于是，引

起各国商人们的注意。为了赚钱，该国出售国籍，定价 7000 万元。获取该国国籍后，无论有多少收入，只要每年缴纳 9 万元税款就行了（不分贫富）。

因而，列支敦士登国便成为世界各国有钱人向往的理想国家，他们极想购买该国的国籍，然而，原来只有 19000 人的小国容纳不下太多的人，所以想买到该国国籍也并非易事。

但是，这难不倒机灵的犹太商人。罗恩斯坦就是购买到列支敦士登国籍的犹太商人之一。

他把总公司设在列支敦士登国，办公室却设在纽约。在美国赚钱，却不用交纳美国的各种名目繁杂的税款。只要一年向列支敦士登国交纳 9 万元就足够了。他是个合法的逃税者，减少税金，获取更大利润。

罗恩斯坦经营的是“收据公司”，靠收据的买卖可赚取 10% 的利润。在他的办公室里，只有他和他的女打字员两人，

打字员每天的工作，是打好发给世界各地服饰用具厂商的申请书和收据。他的公司实质上是斯瓦罗斯基公司的代销公司，他本人也可以说是一个代销商。

提及斯瓦罗斯基公司，便想起罗恩斯坦致富的本钱——美国国籍，下面是罗恩斯坦的一段故事：

斯瓦罗斯基的大公司实力雄厚。达尼尔·斯瓦罗斯基家是奥国的名门，他的祖先世代都生产玻璃制假钻石的服饰用品。精明的罗恩斯坦最初便看准了这家公司，只是时机未到，他只好静静地耐心等待。

时机终于来了。第二次世界大战后，斯瓦罗斯基的公司，因为在大战期间，曾奉德国纳粹党的命令，制造军用的望远镜等军需品，所以将被法军接收。当时是美国人的罗恩斯坦，悉知上情后，立即与达尼尔·斯瓦罗斯基家进行交涉：

“我可以和法军交涉，不接收你的公司。不过条件是：交涉成功后，请将贵公司的代销权让给我，收取卖项的 10% 好处，直到我死为止，阁下意思如何？”

斯瓦罗斯基家对于犹太人如此精明的条件十分反感，他大发雷霆。但经冷静考虑后，为了自身的利益，只好委曲求全，以保住公司的大利益而接受了他提出的全部条件。

对法国军方，他充分利用美国是个强国的威力，震住了法军。在斯瓦罗斯基家接受他的条件后，他马上前往法军司令部，郑重提出申请：

“我是美国人罗恩斯坦，从今天起斯瓦罗斯基的公司已变成我的财产，请法

军不要予以接收。”

法军哑然，因为罗恩斯坦已经是斯瓦罗斯基的公司主人，即此公司的财产属于美国人。法军无可奈何，不得不接受罗恩斯坦的申请，放弃了接收的念头。接收美国人的公司是毫无正当理由的，况且美国对于法国来说，是惹不得的。

以后，罗恩斯坦未花一分钱，便设立了斯瓦罗斯基公司的“代销公司”，轻松地赚取销售额的 10% 的利润。

罗恩斯坦的致富，是国籍帮了他的忙，以美国国籍为发家的本钱，再靠列支敦士登国的国籍逃避大量税收，赚取大钱！

这就是犹太人。

国籍也是能赚大钱的手段。

顺便提一下，生意无禁区不仅指交易内容上无禁区，还指交易对象上也无禁区。

犹太人是一个世界民族，不管世界划分为多少个意识形态势力范围，犹太人只有一种意识形态——耶和华上帝及其律法。所以，尽管当年东西方两大阵营冷战热火朝天，美国犹太人与苏联犹太人相互之间照样做生意，充其量再请上一个瑞士的同胞。难道各国政府还打算干预家庭内部的交易活动吗？

所以，生意无禁区体现了犹太人在做生意时，尽可能地不受种种非理性的先人之见或纯粹意识形态因素的影响和干扰，从而使自己获得尽可能大的自由度，这样一种生意经理所当然是每个商人都应该学习和应用的！请记住犹太人“生意无禁区”的挣钱术。

No 31

在逆境中寻找机遇 只要有勇气就能挣钱

犹太商人面对逆境，能坦然应之。他们能在危险来临时，仍泰然自若地做生意，甚至把逆境看成是做生意的最好时机。下面有一则关于犹太人面对逆境的笑话：

不知从何时起，犹太人有个不能在安息日工作的规矩，要求人们必须在家休息，并勤做功课。但偏偏有人破坏这个规矩，在安息日却照常营业。一次布道时，拉比指责这些店主亵渎了安息日。当做完礼拜后，最爱破坏规矩的一个老板，却送给拉比一大笔钱，拉比十分高兴。

待到第二个礼拜时，拉比对安息日营业的老板指责就不是那么严厉了，因为他指望着那个老板给的钱会更多一些。然而他一个子儿都没得到，拉比感到十分奇怪，便询问其中的原由。那位老板说：“事情十分简单。在你严厉谴责我的时候，我的竞争对手都害怕了，所以，安息日只有我一个人开店，生意兴隆。

而你这次说话很客气，恐怕这样一来大家都会在安息日营业了。”

虔诚，是犹太人处世的基本准则，然而在开玩笑时，难免出格，当然从这则笑话中，我们能发现机遇只垂青那些有准备的头脑！

* * * * *

犹太商人的这颗发现机遇的头脑是在特定的环境下磨炼出来的。他们之所以能在非常困难的情况下从事放债和贸易这些获利颇丰厚的行业，他们首先知道自己的生意在哪里，对生意机会有一种超乎寻常的敏感，因为神父讲道时不准商店老板营业，而许多人害怕亵渎神灵，便纷纷歇业。犹太商人没有义务遵守基督教的教义，只要合法，他们只顾大赚特赚属于自己的钱。

犹太人认为每个人都可能有环境不好、遭遇坎坷、工作辛苦、事业失意的

时候，说得严重一点，几乎可以说，在我们每个人降生到这个世界以前，就被注定了要背负起经历各种困难折磨的命运。既然是前生注定，今生的苦苦乐乐就是难以避免。做生意顺利的时候，财源滚滚而来，取之不尽，用之不竭，那是顺境。一旦遇上风险，逆境来临时，

就又要过一段节衣缩食的苦日子。不够坚强的人当逆境来临时，就会匆匆结束这次旅行，提前承认自己的失败；而假如我们够坚强，就该明白，我们就是为经历这些逆境而来。这就是说，只要有勇气就能挣上钱！

No 32

不会忍耐，会失去机会 注意买卖中的“度”

犹太商人有一句至理名言，是这样说的：“断然放弃赚大钱。”意思不是没有胆量去赚大钱，而是指一定要学会忍耐，从小开始一步一步做起来，等待赚大钱的机遇。这种赚钱术被太人称之为“忍耐法”。

犹太人的忍耐，创造出犹太人赚钱的信念：“在忍耐中争取我们应得到的一切，你要为我的忍耐付出代价。”

犹太人的坚定耐心和具有悠久历史的忍耐力是常人难以置信的，但是，他们的忍耐也是有先决条件的，是有“度”的。精明的犹太商人最擅长计算，他们有极强的判断能力。如果他们认为和自己的合作伙伴在某方面有利于自己，能够为自己带来钱财，那么，他们就可以以坚定的耐心，等待对方转变心情或者等待时机的到来。

在经营活动中，犹太人能忍耐的性子是闻名于天下的，他们能不厌其烦地等待对方的确认或改变态度。但是，犹

太人的忍耐是基于合算和有发展前途的事物和买卖，当他发现不合算或没有发展前途，不用说几年，哪怕是几个月，也不会等待下去。

犹太人在任何投资和买卖活动中，事前必定作周密的可行性研究，他们一旦决定做某项买卖或投资，必定制定短期、中期和长期的计划。这三套计划作好灵机应变的策略，以观事态的发展而相应采用。

*** **

短期计划投入后，即使发现实际情况与事前预测有相当的出入，他们也会毫不吃惊或动摇，仍积极按原计划投入资金实施下去。经过短期计划的实施后，尽管效果不及预料中好，他们仍会推出第二套计划，继续追加投入，设法完成各项策略的实施。如第二套计划深入进行后仍未达到预测的效果，与计划不相

符，而又没有确切的事实和依据证明未来会发生好转，那么，犹太人则会毅然决断放弃这宗买卖或投资。一般人会认为，放弃了已实施了两套计划的事业，岂不是前功尽弃，亏掉了不少投入？但犹太人却泰然自若，无怨无悔。他们认为，生意虽然未尽人意，但没有为后来留下后患，不会为一堆烂摊子而困扰未来的工作，长痛不如短痛。

犹太商人在经营生意中，能依据外部环境的变化，特别是市场和竞争对手的变化而相机应变自己的战略战术，这确实是高明的。当今的市场变化多端，竞争激烈，企业能否顺应这种变化而动，成为企业能否生存和发展的关键所在。企业应该善于根据变化了的市场情况、竞争对手情况，制订出各种应变的计划。

* * * * *

英国一犹太人占姆士原来沾染了恶习，象个花花公子，到处寻花问柳，沉溺赌博，把父亲给他的一笔财产花光，当生活难以为继时，才觉醒要努力奋斗。浪子回头金不换，占姆士决心从头做起。他从哥哥那里借来一点钱，自己开办一间小药厂。他亲自在厂里组织生产和销售工作，从早到晚每天工作 18 个小时。汗水浇出的花朵特别艳丽，他把工厂赚到的一点钱积蓄起来扩大再生产。几年后，他的药厂办得有点规模了，每年有几十万美元盈利。但灵敏的占姆士经过市场调查和分析研究后，觉得当时市场药物发展前景不大，又了解到食品市场前景光明。因为世界有几十亿人口，每

天要消耗大量的各式各样的食物。

经过深思熟虑后，他于 1965 年毅然让出了自己的药厂，再向银行贷得一些钱，买下“加云坎食品公司”（Cavenham Foods）控股权。这家公司是专门制造糖果、饼干及各种零食的，同时经营烟草，它的规模不大，但经营类别不少。占姆士对该公司掌握控制权后，在经营管理和行销策略上进行了一番改革。他首先将生产产品的规格和式样进行扩展延伸，如把糖果延伸到巧克力、香口胶等多品种；饼干除了增加品种，细分儿童、成人、老人饼干外，还向蛋糕、蛋卷等发展。这样，使公司的销售额迅速增长。接着，占姆士在市场领域上下功夫，他除了在法国巴黎经营外，还在其他城市设分店，以后还在欧洲众多国家开设分店，形成广阔的连锁销售网。随着业务的增多，资金变得雄厚，占姆士又相机应变，把英国、荷兰的一些食品公司收购，使其形成大集团，名声鹊起。到 1972 年，他的食品连锁店已达 2500 家，成为英国最大的食品公司了。

占姆士时刻注视着市场风云的变化，忍耐性子，灵机应变，逐步由食品行业经营，开拓到地产业、石油业、金融业、出版业。经过 20 多年的经营，他已成为世界 20 位超级富豪之一了。

罗恩斯坦就是一个很好的例子。在他看准了斯瓦罗斯基的公司时，就耐心地等待，一直等到第二次世界大战结束时，机会终于来了。罗恩斯坦以自己灵活的头脑、巧妙的战略、最佳的策划，终于取得了斯瓦罗斯基公司的“代销权”，从而赚取了不用多伤脑筋的 10% 的

108 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

利润。他的等待，就表现了身为犹太人所特有的耐心。

犹太人考夫曼能成为股市“神人”，是他顽强忍耐奋斗的结晶。他1937年出生于德国，因遭受纳粹的迫害，1946年随父母逃到美国定居。他刚到美国时不懂英语，进入学校读书十分困难。但他很有耐性，不怕别人嘲笑，大胆地与美国小朋友交谈，从中学习英语。他还利用课余时间补习英语，吃饭时和走路时也背诵英语词句。半年时间过去了，他能熟练地讲英语了。他家境不佳，却以半工半读形式读完了大学，并先后获得了学士、硕士和博士学位。在工作中，他不辞劳苦，刻苦钻研，从银行的最低层任职做起，直至成为世界闻名的所罗门兄弟证券公司主要合伙人，以至成为首席经济专家和股票、债券研究部负责人。他对股市料事如神，成为美国证券市场的权威之一。

巴拉尼是生于奥地利维也纳的犹太人，他年幼患了骨结核病，由于家贫无法医治，使他的膝关节永久性僵硬，行走不得。但他没有灰心丧志，忍着各种痛苦，艰苦奋斗，刻苦攻读，终于在医学上取得了惊人的成就，除了荣获奥地利皇家授予的爵位外，1914年还获得了诺贝尔生理学及医学奖金，他一生发表了184篇很有价值的科研论文。

但是，凡事都有个“度”，犹太人的忍耐也是有限度的。他们所等待的是自己对它较有把握的事，一旦他们觉得无利可图，别说三年，就是三天他们也不等待，而且可能立即撒手抽身，另谋生计。

数字犹如一团软面被犹太人随心所欲地使用。在做生意时，犹太人总是把生意与数字挂钩，用具体的数字来度量其得到的好处。

犹太人在决定对某种生意投入资金和人力时，他们就预先勾画好三种蓝图：一个月后的情形，两个月后的情形及三个月以后的情形。

* * * * *

如果一个月实际经营的业绩和预先构想的蓝图相差太大时，他们没有一点不安或气馁，而是继续投入资金和人力。如果两个月以后，成绩和蓝图仍然存在差距，就再加强投资。但是，在三个月以后，这个月的成绩如果仍然不能实现预先勾画的蓝图，无法达到目的，并且也没有任何迹象表明业绩将会有所好转，自己暂时还没有找到使生意好转的途径的话，他们就断然放弃，立即停办。

所谓的撒手停办，就是彻底放弃迄今为止投入的全部资金和人力物力。即使这样，犹太人也绝不会唉声叹气，不会埋怨背运，他们仍镇定自若。因为他们生性乐观，对事物多角度的理解分析使他们的心地豁达，他们总能给自己找到解脱和自我安慰的方式。因为他们认为，生意虽遭失败，但却能及时停办，还没到那种一塌糊涂、不可收拾的地步。因此，犹太人非常注意买卖中的“度”，这是明智的自我保护行为。

在人生的游戏中，不尽人意的常会发生，每个人都没有悲观的必要，失败乃是成功必经的过程，关键要有决心

和忍耐。昨天或今日的失败，并不意味着最后的结局。活用失败与错误，是自我教育和提高的有效途径。最怕的是那些发生了错误或失败的人一蹶不振，没有

了忍耐性，才是真正的失败者。美国通用汽车公司董事长亚弗列说：“人生是要犯错误”的，不犯任何错误的人，是一无所成的人。”



爱迪生一生发明了 1000 多项科技成果，他对待失败的态度是采取消去法。如有人问他经过许多次的试验而终归失败时，是否感到灰心气馁，他回答说：“不，我抛弃了错误的试验，重新采取别的方法，绝不沮丧。”

犹太人面对失败、挫折，确立忍耐制胜的法则是：

(1) 对“失败”持正确健康的态度，不要恐惧失败，要懂得失败乃是成功必经的过程。

(2) 焦点不要对着过错与失败！应对准远大的目标，活用自己的过错或失败。

(3) 遇到失败时，千万不能气馁，要坚忍不拔，矢志不移。

(4) 发现此路不通时。要设法另谋出路，使自己顺应环境，适应潮流。

(5) 要善于伺机，巧于乘势，等待机遇。

“世上无难事，只怕有心人。”忍耐是成功的信心表现。成功之途是崎岖曲

折的，它不可能是畅通无阻的康庄大道。成功者的特长之一，是善于处理前进中的障碍，有坚忍不拔的忍耐性。“成功者是踏着失败而前进的”，“失败是成功之母”的哲理是意味深长的。英国大文豪 H·G·威尔斯，在他成为文豪前曾从事过近 10 种职业，但都一无所成。现代著名科学家克达林曾说：“我的成功发明，每项都几乎经过九十九次的失败。”

犹太人，提倡忍耐，而且他们的忍耐能力之强让人侧目。在两千年深受迫害的历史中，为了生存，他们学会了怎样忍耐，汲取了各种忍耐的经验，并且懂得怎样使用忍耐。犹太人这样地解释忍耐：“我们人的细胞时时刻刻都在变化，每天也都在创新，所以昨天吵架时，您的细胞到今天早晨已经变成了新细胞。吃饱了和饿肚子时的想法是不一样的：我仅仅是等待您的细胞变化罢了。”多么生动、形象，而又有趣的阐释。

No 33

看准之后就下手 把商机拖到金库中

犹太商人认为聪明的生意人都能根据市场的变化，适时地捕捉商机，就能取得事业的成功。这就要做到“把商机拖到金库中”

美国房地产巨富特朗普，出生于一个犹太商人建筑承包商的家庭。

特朗普 13 岁时，他被父亲送到军事学校去上学。军校毕业后，他又到福德姆大学上学。大学上了两年，他认为如果立志经商，霍顿金融学校是个不可不去的地方，于是他转而攻读商业。从那时起，他就向往曼哈顿，因为曼哈顿是纽约的首富之区，许多跨国大公司和大银行都在该区的华尔街上。

* * * * *

1971 年是特朗普大学毕业的第 3 年，他在曼哈顿租了一套公寓房间。这是一套小型的公寓间，面朝邻近楼房的水箱，室内狭小、昏暗。尽管如此，他很喜欢

它。

由于这次搬迁，特朗普对曼哈顿熟悉得多了。他逛街的方式很特别，他刻意了解这里所有的房地产。他年轻、野心勃勃、精力充沛，他要在这里大显身手。

特朗普搬到曼哈顿以后认识了许多人，开阔了视野，了解了许多房地产，但仍没有发现他能买得起的、价格适中的不动产。所以他迟迟按兵不动。到了 1973 年曼哈顿的情况突然变糟。由于通货膨胀，建筑费用猛涨。更大的问题是纽约市本身，该市的债务，上升到了令人忧心忡忡的地步。人们惶惶不可终日，简直不能相信这座城市。这种环境不利于新的房地产开发。特朗普担心纽约市的未来，但还不至于彻夜不眠，他是个乐天派。他看到该市的困境，而那也正是他大显身手的良机。他认为，曼哈顿是最佳住处，是世界的中心。纽约在短期内不管有什么困难，事情一定会彻底

改观，这一点他毫不怀疑，不可能有哪座城市能取代纽约。

几年来，一直吸引特朗普目光的，是哈得孙河边的一个荒废了的庞大铁路广场。每次他沿西岸河滨的高速公路开车过来时，他就设想能在那儿建什么。但在该市处于财政危机时，没有心思考虑开发这大约 100 英亩的庞大地产。那时候，人们认为西岸河滨是个危险去处。尽管如此，特朗普认为，要全面改观并非太难，人们发现它的价值只是时间问题。

1973 年，特朗普在报纸上破产广告一栏中，偶然看到一则启事，说一个叫维克多的人负责出售废弃广场的资产。他于是打电话给维克多，说他想买 60 号街的广场。

广场的事最终虽未落实，但维克多提供了另一个信息：名叫康莫多尔的大饭店由于管理不善，已经破败不堪，多年亏损。但特朗普却看到，成千上万的人每天上下班从这里的地铁站上上下下，绝对是一流的好位置。

特朗普把买饭店的事告诉他父亲。父亲听说儿子要在城中买下那家破饭店，吃惊不小，因为许多精明的房地产商都认为那是笔赔本的买卖。特朗普当然也知道这一点。不过他要了一些高明的手段。他一方面让卖主相信他一定会买，却又迟迟不付订金。他尽量拖延时间，他要说服一个有经验的饭店经营人一道去寻求贷款。他还要争取市政官员破例给他减免全部税务。

一切妥当后，特朗普终于买下了康莫多尔饭店，投资进行装修，并重新命

名为海特大饭店。新装修后的饭店富丽堂皇，它的楼面是用华丽的褐色大理石铺的，用漂亮的黄铜做柱子和栏杆，楼顶建了一个玻璃宫餐厅。它的门廊很有特色，成了人人想参观的地方。海特大饭店于 1980 年 9 月开张，顾客盈门，大获其利，总利润一年超过 3000 万美元。特朗普拥有饭店 50% 的股权。

特朗普没有就此满足，他的目光又落在曼哈顿繁华路段的一座 11 层大楼上。从 1971 年他搬进曼哈顿，并在那儿逛大街起，他就看中了它，那是房地产中一流的位置。如果在这个位置上建一座摩天大楼，它将成为纽约城独一无二的最大不动产。特朗普通过调查，了解到那 11 层大楼属于邦威特商店，但楼下的地皮属于一个名叫杰克的房地产商。特朗普先去找杰克。杰克是个很精明的人，但他不是纽约人，不知道这块地皮的真正价值，更闹不明白在经济不景气的情况下，仍有人打它的主意。特朗普通过几个回合的艰苦谈判，最终以 2500 万美元买下了 11 层大楼和下面的地皮。

* * * * *

特朗普决定把旧楼拆除，建一座高 68 层的大厦，命名为特朗普大厦。他费尽周折，得到了市规划委员会的批准。1980 年，曼哈顿银行同意为特朗普建造大厦提供贷款。特朗普把整个工程承包给了 HRH 施工公司，并委派 33 岁的高级女助手巴巴拉负责监督施工。巴巴拉在翻修康莫多尔饭店时，曾显示出她的杰出的才能。

112 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

开始旧大楼的爆破工程时，《纽约时报》刊登了炸毁门口雕塑的大幅照片，并发表了许多文章，说特朗普只顾赚钱，不惜毁坏艺术品和文物。尽管艺术和文物管理部门并没有出面干涉，事后特朗普也后悔不该毁了那些雕塑。令人意想不到的是，这场轩然大波却给特朗普出售大楼帮了大忙。

特朗普大厦矗立起来了，建造得既富丽堂皇又非常新颖独特。光是门廊中沿东墙下来的瀑布，就有 80 英尺高，造价 200 万美元。从第 30 层到 68 层是公寓房间，站在屋里就可以看到北面的中央公园，东面的九特河，南面的自由女神像，西面的哈得孙河。大楼独具特色的锯齿形设计，使所有单元住宅的主要房间至少可以看到两面的景色。

勿庸讳言，特朗普大厦是有钱人住的地方。每套单元售价从 100 万美元到 500 万美元不等。特朗普大张旗鼓地进行宣传，吸引了许多电影明星和著名人士

争相购房。房子还没竣工就卖出了一大半，滚滚钞票进了特朗普的腰包。特朗普大厦共有住宅单元 263 套，他自己留下 10 多套不卖，自家住进了最顶层。他们夫妇花了近两年时间改建，特朗普自豪地说，世界上没有任何一套公寓间可以与之比拟。

但他并没有就此停步。他又投资度假村、游乐场，成立海湾柑西部娱乐集团等。他的妻子伊瓦娜干得也非常出色。她亲自掌管的特朗普城堡，是大西洋城 12 家游乐场中收入最多的一家，也是城中最盈利的一家饭店，仅 3 个月就收入 7680 万美元。特朗普还生产用他的名字命名的凯迪拉克轿车。这个特朗普闯荡曼哈顿，在短短的十几年里，从一个毛头小伙子成了一个声名远扬的大富豪。特朗普适时地捕捉商机，为他崛起于地产业提供了保证。

犹太商人主张把“商机拖到金库中”的办法，在特朗普上得到了充分体现。

No 34

把运气变成财气

留意生意场上的每一个细节

犹太商人非常留意生意场上的每一个细节，善于把运气变成财气。曾经确有一家犹太人经营的服装的公司——“列瓦伊·斯特劳斯公司”，靠运气促成服装的一场革命——牛仔裤的风行。

“列瓦伊·斯特劳斯”这个名字已经进入英国辞典，公司的产品在国际上日益流行，因此公司的发家史，也几乎成了神话般的传说。

*** **

公司的创始人列瓦伊·斯特劳斯本来并不是个服装商，虽然服装行业历来是犹太人占支配地位的行业，一度美国男装市场的 85%、女装的 95%，都是由犹太人的服装厂生产的。列瓦伊·斯特劳斯是个 19 世纪 50 年代的人，当时，美国加利福尼亚一带曾出现过一次淘金热。年轻的列瓦伊·斯特劳斯也去了加利福尼亚，但为时已晚，从沙里淘金已到了尾

声，但他却从“斜纹布里淘出了黄金”。

列瓦伊·斯特劳斯去的时候，随身带了一大卷斜纹布，想卖给制帐篷的商人，赚点钱作资本。到了那里才发现，人们不需要帐篷，却需要坚牢耐穿的裤子，整天同泥和水打交道，裤子坏得特别快。于是，从这卷斜纹布里就诞生了列瓦伊·斯特劳斯的第一条牛仔裤。10 年以后，他又在裤子的口袋旁装上铜钮扣，以增强口袋的牢度。此后，列瓦伊·斯特劳斯开始大批量生产这种新颖的裤子，销路极好，引得数以百计的其他服装商竞相仿效，但列瓦伊·斯特劳斯的企业一直独占鳌头，每年约售出 100 万条这种裤子，营业额达 5000 万美元。

老列瓦伊·斯特劳斯是个单身汉，在 1902 年，即他 72 岁那年去世。他的“列瓦伊·斯特劳斯公司”自此就由他唯一的妹妹的 4 个孩子接管。一直到 1971 年才成为公营公司，仍旧由他们的后代经营。

4 个外甥接下舅舅的公司之后，经营

114 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

得不错，公司不断发展，业务范围也随之扩大，开始经营尼绒、裤子、毛巾、被里、床单和内衣。到第二次世界大战结束，这些商品的营业额已将近总营业额的一半。1946年，老列瓦伊·斯特劳斯的曾外孙瓦尔特·哈斯·耶尔决定出清其他一切库存物品，不管合算不合算，把列瓦伊·斯特劳斯公司的全部资金用于生产牛仔布料，这种由10股3号棉纱织成

的布料，已获得专利，专门为列瓦伊·斯特劳斯公司生产。

哈斯既不是一个理想主义者，有意识地想改变公众的趣味或穿着习惯，也未尝预见到这个决定会引发一场社会革命。他只是作出了一项经营决策，更准确地说，他只是想“博”一下，输赢在此一举，看新布料能否取胜。运气临门，他赢了，而且是极大的成功。



用新布料生产的牛仔裤特别有助于显示出人的体形，充满青春气息，出来后就大受欢迎。渡过50年代，进入60年代后，更大行其道。一则因为60年代正值二战结束后出生的一代踏上社会，这一代素称“婴儿炸弹”，即人口出生高峰，一时间给整个美国社会带人了一股青春文化的气息，他们也成了消费市场的大头，洋溢着青春气息的牛仔裤自然极有市场。二则60年代正好是个反叛的

时代，传统规范和价值观念受到怀疑、抨击和唾弃，而牛仔裤以其不拘形式这一最明显的特点，成了最能体现时代潮流的服装。

第一个原因使牛仔裤成了青年一代的制服，也成了一切想“混迹于”年轻人中的人所热衷的服装。而第二个原因则使一切不想让自己显得保守古板的人穿上牛仔裤，终至被一位总统穿进白宫去。

这场服装革命带来的直接后果是，它从不同方向使服装不再能显示穿着者的身份。如果说，原先批量生产的服装使一个公司的推销员穿得像总经理一样，则牛仔裤却使总经理穿得像推销员一样，而且牛仔裤不分性别，男人女人穿得完全一样。牛仔裤也没有新旧之分，甚至旧的更好。这本来是因为布料容易旧，但公众由于过于喜爱牛仔裤而把它的缺点一起喜爱上了。服装史上第一次出现了“生产旧裤子，甚至破裤子”的工厂，那经过磨损、褪色和打过补丁的牛仔裤，一付破相，却更好销，价格也更高。

列瓦伊·斯特劳斯公司一炮打响，虽然多少靠的是运气，但如果没有高度的冒险精神，也不可能孤注一掷地把全部资金都押在新型布料这一宝上。服装行业本身是个风险行业，除了那些生产传

统服装的老牌企业之外，凡生产时装的，每年春秋两季就是两次大冒险。注下对了，抓住了时尚，就发财；注下错了，掉外面去了，就破产，“过时”的时装连削价销售都困难。

就此而论，瓦尔特·哈斯·耶尔的这一冒险之举只不过利用服装行业的一般冒险行为以扩大而已。难能可贵的是他的这一冒险竟抓住了一个延续半个世纪还方兴未艾的大时尚，如果从老列瓦伊·斯特劳斯的第一条牛仔裤算起，则已经一个世纪还多了。在一个批量生产的时代能找到一个能为如此长的时间，如此大的范围（全世界的人几乎都穿牛仔裤）的年龄差异如此之大的消费者所接受、所喜爱的商品，确实可以说是一个最大的运气。

No 35

抓住机会，敢想敢做 吃小亏获大利

犹太商人善于抓住机会，并且敢想敢做，这一点直接关系到生意的成败。

1981年6月，韦尔做了一件令人费解、出乎人们意料之外的大事情，他居然把辛辛苦苦花费了20年时间创建的希尔森公司出售给拥有80亿美元销售额的美国捷运公司。虽然美国捷运公司是一家经营赊帐卡、旅游支票和银行等业务的大公司，但韦尔的希尔森公司虽说规模较其小，然而却是很有发展前景的，而且韦尔初入美国捷运公司，并不被重用。因此，许多人认为韦尔吃亏不小，然而一段时间后，人们就不得不对韦尔的决策叹服。现在韦尔在捷运公司的职位仅次于董事长和总裁，他的股份总额有2700万美元，个人年收入高达190万美元。

当然，韦尔为发展捷运公司也是兢兢业业，在他的一手策划下，捷运公司用5.5亿美元买进了南美贸易发展银行所属的外国银行机构，这家银行机构经营

外汇、通货市场、珠宝贸易、银行业务等。因此这桩大生意的成交，不仅是韦尔津津乐道的一件值得自豪的事，而且使韦尔在捷运公司身价百倍，成为华尔街的热门人物。

* * * * *

由于公司的董事长常要外出应酬，所以美国捷运公司的实权掌握在韦尔手中。在韦尔的领导下，公司各部门齐心协力，互助配合，使捷运公司的利润不断增加。韦尔管理公司有方，突出的一点是善于协调上下级的关系。他常说“领导的责任在于给下级鼓劲。当然，办法很多，但是我善于和下级融洽相处，不时倾听他们的呼声。同样道理，下级有责任发表意见，不让问题愈积愈多，最终不可收拾。当领导的要当机立断，不能含含糊糊，使下级无所适从，或让有些人钻了空子。”

韦尔的成功之处有许多条，例如好胜心强烈，非常自信等，然而最重要的一条却是：他知道在什么时候做什么事，能够抓住机会，敢想敢做，创业之初，对于合并与否，他果断地拍板，后来，他吃小亏获大利，与捷运公司合并，现已成为该公司第二号人物。韦尔的未来正如旭日东升，在华尔街上空闪现辉煌！

再举一个例子：哈默的成功之道——抓住机会，敢想敢做：

哈默在几经失败后，钻探终于成功，这使他非常高兴。于是他急急忙忙赶到太平洋煤气与电力公司；心中拿定主意准备同这家公司签订为期 20 年的天然气出售合同。没想到却碰了一鼻子灰，太平洋煤气与电力公司三言两语就把哈默打发走了。他们说对不起，他们不需要哈默的天然气，因为他们最近已经耗费巨资准备从加拿大向旧金山修建一条天然气管道，大量的天然气从加拿大通过管道可以输来。

这无疑给哈默当头泼了一盆凉水，哈默一下子不知所措。等他思想平静下来后，很快他就想了一条釜底抽薪的办法，来制服太平洋煤气与电力公司。

哈默立即前往洛杉矶市，因为洛杉矶市是太平洋煤气与电力公司的买主，是天然气的直接承受单位。他找到该市的议员，绘声绘色地向议员们说，他计划从拉思罗普修筑一条直到洛杉矶市的天然气管道，他将以比太平洋煤气与电力公司和其他任何投标人更为便宜的价格供应天然气，以满足洛杉矶市的需要。议员一听便动了心，准备接受哈默石油公司的扩划，而放弃太平洋煤气与电力公司的天然气。

哈默这一招果然厉害，太平洋煤气与电力公司闻讯后，一下子慌了神，很快找到哈默表示愿意接受哈默的天然气。这时的哈默可神气了，他处于居高临下的地位，提出了一系列很苛刻的条件，全被对方乖乖地接受。

NO 36

盯住时机，买卖有方 囤积居奇赚钱术

犹太商人的精明家喻户晓，他们善于从长远考虑买卖问题，盯住时机，大胆出手，因此成就了一大批犹太大商人。下面这个经营案例是犹太商人的经典个案：

摩根少年时代开始游历北美西北部和欧洲，并在德国哥西根大学接受教育。

从哥西根大学毕业后，摩根来到邓肯商行任职。摩根特有的素质与生活的磨炼，使他在邓肯商行干得相当出色。但他的过人的胆识与冒险精神，却经常害得总裁邓肯心惊肉跳。

一次，在摩根从巴黎到纽约的商业旅行途中，一个陌生人敲开了他的舱门：

“听说，您是专搞商品批发的，是吗？”

“有何贵干？”

摩根感觉到对方焦急的心情。

“啊！先生，我有件事有求于您，有一船咖啡需要立刻处理掉。这些咖啡算是一个咖啡商的，现在他破产了，无法

偿付我的运费，便把这船咖啡作抵押，可我不懂这方面业务，您是否可以买下这船咖啡。很便宜，只是别人价格的一半。”

“这事很着急吗？”摩根盯住来人。

“是很急，否则这样的咖啡怎么这么便宜。”

说着，拿出咖啡的样品。

“我买下了。”摩根瞥了一眼样品答道。

“摩根先生，您这年轻人，谁能保证这一船咖啡的质量都与样品一样呢？”他的同伴见摩根轻率地买下这船还没亲眼见质量的咖啡，在一旁提醒道。

这位同伴提醒的并不假，当时，经济市场混乱，坑蒙拐骗之事，屡见不鲜。光在买卖咖啡方面，邓肯公司就数次遭暗算。

“我知道了，但这次是不会上当的，我们应该践约，以免这批咖啡落入他人之手。”

摩根相信自己，相信自己的眼力。

当邓肯听到这个消息，不禁吓了一身冷汗：

“这混蛋，拿邓肯公司开玩笑吗？”

邓肯这样严厉指责摩根：

“去，去，把交易给我退掉，损失你自己赔偿！”邓肯吼道。

摩根与邓肯决裂了。摩根决心一赌，他写信给父亲，请求父亲助他一臂之力。在望子成龙的父亲默许下，摩根还了邓肯公司的咖啡款，并在那个请求摩根买下咖啡的人的介绍下，摩根又买下了许多船咖啡。

最终，摩根胜利了，在摩根买下这批咖啡不久，巴西咖啡遭到霜灾，大幅度减产，咖啡价格上涨二三倍。摩根自己赚钱了。

不久，摩根在父亲的资助下，在华尔街独创了一家商行。

与众多白手起家的大财阀的发迹史一样，摩根财产的聚敛，首先也是从投机钻营开始的。

这时已是1862年，美国南北战争已经爆发，林肯总统颁布了“第一号命令”，实行了全军总动员，并下令陆海军展开了全面进击。

摩根与一位华尔街投资经纪人的儿子克查姆商量出了一个绝妙计划。

这天，克查姆来访，说：

“我父亲在华盛顿打听到，最近一段时期北方军队的伤亡惨重！”

摩根敏感的商业神经被触动了：

“如果有人大量买进黄金，汇到伦敦去，会使金价狂涨的！”

克查姆听了这话，对摩根不由得刮

目相看。为什么自己就没有想到这点？两人于是精心策划起来。

“让伦敦匹保提和自己的商行以共同付款方式，先秘密买下500万美元的黄金。一半先汇往伦敦，另一半留下来，只要把汇款消息稍微泄露一下……到那时，我们就把留下来的那一半抛出去！”

“你这个主意跟我不谋而合，现在还有一个良机，那就是我们军队准备进攻查理斯敦港。如果现在黄金价格猛涨，那么这场军事行动就会受到影响，这样就会反使黄金上涨。”

“这回我们可要大赚一笔了！”

这两个谈话者一个是摩根，另一个是他的同伴克查姆。

两人立即行动起来。他们先秘密买下400万~500万美元的黄金，到手之后，将其中一半汇往伦敦，另一半留下。然后有意地将往伦敦汇黄金之事泄露出去。这时，估计许多人都应该知道北方军队新近战败的消息了，金价必涨无疑。这时再把手里的一半黄金以高价抛出去。

果然，当摩根与克查姆“秘密”地向伦敦汇款时，消息走漏了，结果引起华尔街一片恐慌。黄金价格上涨，而且连伦敦的金价也被带动得节节上扬。当然，摩根、克查姆坐收渔翁之利。

对于金钱的追求，使他们敢于藐视一切。包括国家、法律、民族利益。美国政府不得不对这次经济恐慌的原因，组织人员进行调查，调查结果写道：

“导致这次经济恐慌的根源，是一次投机行为。据调查是一个叫摩根的青年人背后操纵的。”

刚刚赢得一次投机胜利的摩根，又

120 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

踌躇满志地盘算着再一次的投机。

1862年，美国内战正酣。由于北方军队准备不足，前线的枪支弹药十分缺

乏。在摩根的眼中，这又是赚钱的好机会。

“到哪儿才能弄到武器呢？”



摩根在宽大的办公室，边踱步边沉思着。

“知道吗？皮柏，听说在华盛顿陆军部的枪械库内，有一批报废的老式霍尔步枪，怎么样，买下来吗？大约 5000 支。”克查姆又为摩根提供生财的消息了。

“当然买！”

这是天赐良机。5000 支步枪！这对于北方军队来说是多么诱人的数字，当

然使摩根垂涎三尺。枪终于被山区义勇军司令弗莱蒙特少将买走了，56050 美元的巨款也汇到了摩根的账下。

“这是比南军更可怕的武器。”由于错买了这些废枪，而以渎职罪免去司令职务的弗莱蒙特少将发出了这样的感叹。

联邦政府为了稳定开始恶化的经济和进一步购买武器，必须发行 4 亿美元的国债。在当时，数额这么大的国债，一般只有伦敦金融市场才能消化掉，但在

南北战争中，英国支持南方，这样，这4亿元国债便很难在伦敦消化了。如果不能发行这4亿元债券，美国经济就会再一次恶化，不利于北方对南方的军事行动。

当政府的代表问及摩根，是否有法解决。摩根自信地回答：

“会有办法的。”

摩根巧妙地与新闻界合作，宣传美国经济和战争的未来变化，并到各州演讲，让人民起来支持政府，购买国债是爱国行动。结果4亿美元债券奇迹般地消化了。

当国债销售一空时，摩根也理所当然名正言顺地从政府手中拿到了一大笔酬金。

事情到这里还没有完，舆论界对于摩根，开始大肆吹捧。摩根现在成为美国的英雄，白宫也开始向他敞开大门，摩根现在可以以全胜者姿态出现了。

1871年，普法战争以法国的失败而告终。法国因此陷入一片混乱中。给德国50亿法郎的赔款，恢复崩溃的经济，这一切都需要有巨额资金来融通。法国政府要维持下去，它就必须发行2.5亿法郎的巨债。

摩根经过与法国总统密使谈判，决定承揽推销这批国债的重任。那么如何办好这件事呢？

能不能把华尔街各行其是的所有大银行联合起来，形成一个规模宏大、资财雄厚的国债承购组织——“辛迪加”？这样就把需要一个金融机构承担的风险分摊到众多的金融组织头上，这5000万美元，无论在数额上，还是所冒的风险上都是可以被消化的。

当他把这种想法告诉克查姆时，克查姆大吃一惊，连忙惊呼：

“我的上帝，你不是要对华尔街的游戏规则与传统进行挑战吧？”

克查姆说的一点也不错，摩根的这套想法从根本上开始动摇和背离了华尔街的规则与传统。不，应该是对当时伦敦金融中心和世界所有的交易所投资银行的传统的背离与动摇。

当时流行的规则与传统是：谁有机会，谁独吞；自己吞不下去的，也不让别人染指。各金融机构之间，信息阻隔，相互猜疑，互相敌视，即使迫于形势联合起来，为了自己最大获利，这种联合也像春天的天气，说变就变。各投资商都是见钱眼开的，为一己私利不择手段，不顾信誉，尔虞我诈，闹得整个金融界人人自危，提心吊胆，各国经济乌烟瘴气。当时人们称这种经营叫海盗式经营。

* * * * *

而摩根的想法正是针对这一弊端的。各个金融机构联合起来，成为一个信息相互沟通、相互协调的稳定整体。对内，经营利益均沾；对外，以强大的财力为后盾，建立可靠的信誉。

其实摩根又何尝不知这些呢？但他仍坚持要克查姆把这消息透漏出去。

摩根凭借着过人的胆略和远见卓识看到：一场暴风雨是不可避免的，但事情不会像克查姆想象得那么糟，机会是会来的。

如摩根所预料的那样，消息一传出立刻如在平静的水面投下一颗重磅炸弹，

122 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

引起一场轩然大波。

“他太胆大包天了！”

“金融界的疯子！”

摩根一下子被舆论的激流旋入这场争论的漩涡中心，成为众目所视的焦点人物。

摩根并没有被这阵势吓倒，反而越来越镇定，因为他已想到这正是他所预期的，机会女神正向他走来。

在摩根周围反对派与拥护者开始聚集，他们之间争得面红耳赤。而摩根却缄口不言，静待机会的成熟。

《伦敦经济报》猛烈抨击道：

“法国政府的国家公债由匹保提的接班人——发迹于美国的投资家承购。为了消化这些国债并想出了所谓联合募购的方法，承购者声称此种方式能将以往集中于某家大投资者个人的风险，透过参与联合募购的多数投资金融家而分散给一般大众。乍看之下，危险性似乎因分散而减低，但若一旦发生经济恐慌时，其引起的不良反应将犹如排山倒海之势快速扩张，反而增加了投资的危险性。”

而摩根的拥护者则大声呼吁：

“旧的金融规则，只能助长经济投机，这将非常有害于国民经济的发展，我们需要信誉。投资业是靠光明正大获取利润，而不是靠坑蒙拐骗。”

随着争论的逐步加深，华尔街的投资业也开始受到这一争论的影响，每个人都感到华尔街前途未卜，都不敢轻举妄动。

舆论真是一个奇妙的东西，每个人都会在它的脚下动摇。

软弱者在舆论面前，会对自己产生疑问。而只有强者才是舆论的主人，舆论是强者的声音。

在人人都感到华尔街前途未卜，在人人都感到华尔街不再需要喧闹时，华尔街的人们开始退却。

“现在华尔街需要的是安静，无论什么规则。”

这时，人们把平息这场争论的希望寄托于摩根，也就在此时，人们不知不觉地把华尔街的指挥棒给了摩根。摩根再次被机会女神青睐了。

* * * * *

摩根的战略思想，敏锐的洞察力、决断力，都是超乎寻常的。他能在山雨欲来风满楼的情形下，表现得泰然自若，最终取得胜利。这一切都表明，他的胜利是一个强者的胜利，而不仅仅是利用舆论的胜利。

摩根作为开创华尔街新纪元的金融巨子，他一生都在追求金钱中度过，他赚的钱不下百亿，但他死后其遗产只有1700万美元。

摩根从投机起家，却对投机深恶痛绝，并因此成功地针对华尔街的这一弊端加以改造，创造了符合时代精神的经营管理体制。他为聚敛财富而不择手段，而他却又敬重并提拔待人忠诚的人。

摩根在他将度过76岁生日时逝去，他的成功的经营战略，至今仍影响着华尔街。

NO 37

奇思怪想，可以出奇制胜 需要别出心裁的一股劲

犹太商人认为，商战的手段千万种，出奇制胜很重要，主要表现在广告宣传、新产品开发、销售手段等方面，但关键在于“出奇”，那就是别出心裁，要打破人们一般正常思维的束缚，超出常规，以常人难以想到的方法出手。

休斯是世界闻名的飞机大王，他以超人的胆略，实现了自己的梦想。

1966年6月，美国的无人太空船首次登上月球，引起世人瞩目。登月是人类梦寐以求的神话，如今成了现实。这艘太空船的制造者，是休斯飞机制造公司。

在美国，霍华德·休斯的名字就像华盛顿、林肯一样家喻户晓。因为他是美国少有的几个享有世界声望的富豪之一，更是美国人心目中的英雄。他的一生可谓轰轰烈烈，充满了冒险和刺激。他拥有25亿美元的资产，到了晚年，却隐居世外，行踪莫测，不在公开场合抛头露面。

1905年12月24日，霍华德·休斯出生于美国休斯敦，他的父亲是个石油投机商。

休斯16岁时，他的母亲因一次医疗事故而不幸去世。两年后，老休斯也死于心脏麻痹，他留下的资产约合75万美元。

年仅18岁的休斯，在他父亲去世4个月时取得了银行的贷款，用现金买下了亲友们所继承的那部分遗产，成了休斯公司惟一的主人，并继任公司的董事长。

年轻的休斯对电影很有兴趣，可他最初踏入电影界就出师不利，而这使他更为执着。

霍华德·休斯酷爱驾驶飞机。有一次，当他驾着单人操纵的私人飞机在空中翱翔时突发奇想：拍一部表现空战的片子不是会很受欢迎吗？他想到1918年第一次世界大战中，英国空军中校达宁率领数架索匹兹骆驼号战斗机，从战舰

124 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

上起飞，轰炸德军东得伦空军基地。那是一次极为成功的越洋轰炸，英军只损失1架飞机，炸沉了两艘敌舰和两只飞艇。休斯决定将这次空战搬上银幕。当时表现空战的电影特技还未出现，他准备用真正的飞机，拍一部比实战还要刺激还要壮观的空中大战片，片名为《地狱天使》。

为了拍这部电影，仅飞机使用费他就花了210万美元，租用数十架飞机，其中有法国的斯巴达战斗机、英国的SE5战斗机、骆驼号轰炸机、德国的佛克战斗机，还有飞行员一百多名，临时演员2000名；摄影师人数之多几乎占好莱坞摄影师总数的一半。美国电影界都为之惊讶不已。

* * * * *

对飞机非常着迷的休斯，在拍《地狱天使》之后，他曾参加了一次全美短程飞行比赛，休斯以302公里的时速一举夺冠。可他并不满足于这样的成绩，他决心要打破世界纪录。1927年，美国飞行员林白驾机用33小时30分飞越大西洋，整个世界为之轰动，被美国人称为“世纪英雄”。休斯为了打破林白创下的纪录，开始致力于新型飞机的研制，他有两位优秀的飞机设计师：欧提卡克和帕玛。他们将未来的飞机命名为Hi。

欧提卡克是一位机械工程师，也热衷于飞行。欧提卡克对制造新型飞机有许多大胆的构想，对疯狂地追求速度的休斯来说，他是个不可多得的人才。在那个秘密的飞机制造厂里，他们不断改

进飞机的外形，选用性能最好的1000匹马力的普拉特·惠特尼引擎，用了一年零三个月的时间，终于制造出机身长度为8.2米，机翼长7.6米的Hi型单翼飞机。由于机身特别短，谁也不知道它能在空中飞多久，试飞人员都不敢驾机试飞，休斯决定亲自试飞。

1935年9月12日，一切工作准备停当时，日已西斜。负责速度测试的裁判技师建议明天再飞。因为现在接近黄昏，飞行逆光刺眼，怕出问题。休斯却等不及了，他早已穿上飞行服，跳进机舱，启动了飞机引擎。飞机缓缓飞上了蓝天。

第一次测试速度达到356公里。裁判技师通过无线电告诉他：这一次不算，因为违反航空协会的规则，没有做水平飞行。于是，休斯在空中绕了个圈，又作第二次水平飞行。

“世界纪录，时速已达366公里！”裁判的叫声通过耳机里传来。

兴奋不已的休斯，没有立刻降落，继续飞，还想创造新的世界纪录。第三次却只有342公里。他不甘心，再飞一次！

“367公里。”又是一个新的世界纪录！

休斯仍不愿停下，继续一次次地飞着……突然间，引擎停止了工作。他这才发现主油箱的油已经用完了。他连忙去按瞬间补油的按钮，可是无济于事，太迟了，发动机已经完全停下来。

休斯无法再控制飞机，只好以垂直下落的速度向地面冲去。

还算幸运的休斯，终于在一片甜菜地里平安迫降。

就在休斯一次接一次进行冒险飞行的同时，他父亲留下的石油钻井机专利和电影事业仍在为他创造源源不断的财富。没有人知道他什么时候对美国环球航空公司的股份发生兴趣的，到1937年前后，休斯已经拥有这家公司87%的股份。

休斯并没停止他的冒险飞行，为了向环球一周飞行纪录挑战，他选用并改进了洛克希德公司开发的一种可以乘12个人的伊列克特拉14型飞机。

1938年7月10日，休斯与4名机组人员，驾驶着改装后的伊列克特拉14型机从布鲁克林的贝内特机场起飞。

经过3天又19小时17分的长途飞行，休斯的飞机终于飞回美国，回到出发地。布鲁克林的贝内特机场早已聚集了2.5万名群众，他们来欢迎胜利归来的世纪英雄休斯。

二战期间，美军在太平洋战区收复瓜达康纳尔岛之后，水上飞机开始大显身手。

休斯设计的这种型号为KH1的巨型水上飞机全长97.5米，高15.2米，自重300多吨，两翼安装8个带有螺旋桨的

普拉特·惠特尼2800型引擎，是有史以来世界上最大的“巨无霸”飞机。

当时，人们普遍怀疑这架巨大的飞机能否飞上天空，而休斯却用事实告诉人们，他是成功的。1948年4月，休斯亲自驾驶着这架巨无霸在海而上风驰电掣般地冲刺了一段后，稳稳地起飞。电影摄像机拍下了这个历史性的镜头。美国再一次轰动了，继环球飞行之后，休斯又一次成了美国人心目中的英雄。

1965年，休斯飞机公司开发出85磅重的商业通信卫星，该卫星具有6000条线路的往返电话功能，以及12种彩色电视的机能，从而开拓了联结欧美大陆的电视电话网络。

休斯结过两次婚，却没有留下后人。他去世后，休斯飞机公司价值52亿美元的股权全部被通用汽车公司收购。这笔巨款归于休斯飞机公司的持股财团——霍华德·休斯医学研究财团，该财团因此成了世界最大的基金财团。也许，没有突发奇想，也就没有休斯的翱翔天空。的确，犹太商人那股别出心裁的经商意识在休斯身上表现得淋漓尽致。

第五章

赢钱术：从别人口袋里掏出钱

如果想赚钱，就必须先赚取女人手中所持有的钱。相反，如果经商者想清洗男人兜里的钱，拼命“瞄准男人”，这笔生意则注定会失败。

——犹太商人的金钥匙

犹太商人的富脑袋

犹太人做生意时，认为让女人掏腰包，远比让男人掏钱出来的机会要多得多。犹太人千百年来的经商经验是，如果想赚钱，就必须先赚取女人手中所持有的钱。相反，如果经商者想清洗男人兜里的钱，拼命“瞄准男人”，这笔生意则注定会失败。因为男人的工作是赚钱，能赚钱并不表示持有钱、拥有钱，消费金钱的权力还是操纵在女人的手中。在花钱方面男人还得听女人的。民以食为天，所以“吃”是天下一笔最大的生意。犹太人认为嘴巴的功能有二：一为说，一为吃。犹太商人经过他们几千年的反复实验，总结出“嘴巴”也是最能赚钱的商品之一。每个精于赚钱的人，都必须掌握这样一条赢钱术——善于在嘴巴里挖钱！“越是流行的东西，越有钱可挣”，这是犹太人坚信不移的赢钱术，因此他们常这样做：巧妙利用人们“向上看”的心理去操纵流行趋势。

NO 38

让女人动心就能有收获 女人比男人能花钱

善于经商的犹太人认为，聪明的商人应该有会施展这样的赢钱术——赚女人的钱，因为这个世界上是男人挣钱，女人用男人的钱养家。所以，虽然钱是男人挣的，开销权却在女人手里。因此，做生意一定要掌握这一点，只有打动女人的心，才能使生意成功。

女人和男人相互比较，他们在花费上有许多区别。拿花钱这一日常行为来说，男人会花2元钱去买价值1元钱的他所需要的东西；而女人则会花1元钱去买价值2元钱但并不是她需要的东西。这个比较，暗示女人比男人能花钱，比男人会花钱。

犹太人做生意时，认为让女人掏腰包，远比让男人掏钱出来的机会要多得多。犹太人千百年来的经商经验是，如果想赚钱，就必须先赚取女人手中所持有的钱。相反，如果经商者想清洗男人兜里的钱，拼命“瞄准男人”，这笔生意则注定会失败。因为男人的工作是赚钱，

能赚钱并不表示持有钱、拥有钱，消费金钱的权力还是操纵在女人的手中。在花钱方面男人还得听女人的。

所以，无论是经营钻石、戒指、女用礼服、别针，还是经营项链、耳环及女式高级日用皮包等商品，都会有相当的利润。商人只要稍稍运用聪明的头脑，抓住有利的时机，以“女人”为对象来赚钱，大查大查的钞票必定会像长了腿似的自动走进商人的腰包。

在那富丽堂皇的高级商店里，那些昂贵的钻石、豪华的礼服、项链、戒指、香水、手提包……无一不是等待着女性顾客的。那些豪华商店乃至普通百货公司所展卖的各种商品，均是女性产品占绝对统治地位。犹太商人就是瞄准了这个市场，获得了比别人更大的盈利。

世界最有名的高级百货公司“梅西”公司，就是犹太人施特劳斯亲手创办起来的。施特劳斯从当童工开始，后来当了小商店的店员。他在打工生涯中注意

130 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

到，顾客中多为女性，即使有男士陪着女性来购物，决定购买权的都是女性。

施特劳斯根据自己的观察和分析，认为做生意盯着女性市场前景更光明。当他积累了一点资本而自己经营小商店“梅西”时，就是以经营女性时装、手袋、化妆品开始的。经过几年经营后，果然生意兴旺，利润甚丰。他继续沿着这个方向，加大力度，扩大规模，使公司的营业额迅速增长。施特劳斯总结了自己的经营经验，接着开展钻石、金银首饰等名贵产品经营。他在纽约的“梅西”百货公司，总共6层展销铺面，展卖时装的（绝大部分是女性的）占两层，展卖钻石、金银首饰的占一层，展卖化妆品的占一层，其他两层是展卖综合商品的。可见，女性商品在“梅西”公司占了绝对多数。施特劳斯经过30多年的经营，把一间小商店办成为世界一流的大公司，显然与其选择的女性目标市场有很大关系。

下面再举一个例子：美国犹太商人基廷就是一个运用“女性生意经”的好手。

基廷在繁华的纽约54街开了一家百货商店，应该说这里的位置是比较好的，每天来往的人也很多，可是基廷的生意却不好做，开业两三年，生意冷冷清清，这让基廷大惑不解。善于动脑筋的他决定到那些生意好的地方去考察。

通过很长时间的观察，基廷得出这样的结论：平时光顾百货公司的人女性要占到80%，即使有男人来商店，也大多是陪妻子购物，很少单独买东西。在这些女顾客中，白天来的大多是家庭妇

女，晚上5点半以后来的是下班后的小姐们。

认识到这一点后，基廷决定将自己的百货商店的营业对象限定在女性身上。

为了尽可能地吸引女性，他将自己的营业面积全部用上，分别针对家庭主妇和上班的小姐，把正常的营业时间一分为二，白天他摆设家庭主妇感兴趣的衣料、内裤、实用衣着、手工艺品、厨房用品等实用类商品。晚上则改变成一家时髦用品商店，将朝气蓬勃的气息带到商店，以便迎合那些年轻的女性。光是袜子就陈列许多种，内衣、迷你裙、迷你用品、香水等，陈列的都是年轻人喜欢的样式和花样。凡是年轻女性喜欢的、需要的、能够引起她们购买欲望的商品，他都尽量满足，把它们摆在柜台上。在这里，年轻女孩子喜欢的东西可以说是应有尽有。

基廷的新式经营方法，果然取得了很好的效果。来他商店的人越来越多，而基廷不久就遇到了这样的问题：他的营业面积太小，如果完全模仿大的百货公司，做到各种花色品种都有的话，恐怕是不可能的。基廷面临了一次选择，要么是还维持现状，要么向专业化方向发展，只经营一类商品。他经过思索，决定将其他商品换下来，只经营袜子和内衣。

开始的时候，常来的顾客对这种经营方式不理解，但基廷相信自己的选择是对的，不久这间专门经营袜子和内衣的商店的名声就传开了。许多购买袜子和内衣的女性都不约而同地到基廷的商店来。别的商店要卖250日元一双的袜

子，基廷尽量廉价进货，然后用每双 200 日元的价格卖出，同时将袜子的种类大量增加。基廷的专业经营法果然获得了成功，2 个月后，袜子的销售额增加了 5 倍，顾客也越来越多。



132 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

袜子的销路获得了成功，基廷如法炮制又打起了内衣的主意，他从法国进口了最流行的样式，进行巧妙的宣传。本来在内衣样式没有什么选择的当时，一旦出现新款式，马上就能引起流行。没过多久，基廷商店有世界上最流行的内衣的消息不胫而走，许多女性立即赶来先购为快。其实这种内衣同其他内衣相比，只是更加性感而已，但美国女人因为在家里穿得比较暴露，这种内衣正

好适应了对丈夫和男朋友的吸引和需要，一下子销路大开。

基廷完全站在女性的角度上，使他的商店成为女性常来光顾的地方。不久基廷就赚了大钱，现在光分销点就已经达到一百多家。

犹太人从商者，有不少就是以女性为对象的，其主要原因就是他们相信这样一条赢钱术——“让女人动心就能有收获，因为女人比男人能花钱”。

NO 39

“吃”是一笔最大的生意 善于在嘴巴里挖钱

民以食为天，所以“吃”是天下最大的一笔最大的生意。犹太人认为嘴巴的功能有二：一为说，一为吃。犹太商人经过他们几千年的反复实验，总结出“嘴巴”也是最能赚钱的商品之一。每个精于赚钱的人，都必须掌握这样一条赢钱术——善于在嘴巴里挖钱！

* * * * *

他们认为经营嘴巴的生意绝对赚钱，他们正是利用“嘴巴生意”在异国他乡站稳了脚跟。人嘴的东西，必被胃酸消化而排出体外。一个1块钱的雪糕，或者一盘5块钱的炸鸡腿，经过数小时后，变成废弃物而排出。换句话说，人总是需要连续地吸收能量、消耗能量。因此作为有一定能量的食品，总是不断地被消费，在吃完雪糕或炸鸡腿几小时后，人体内吸收能量被消耗掉，又需要其他的能量商品。卖出的商品，通常当天就

会被消费掉。这样迅速就得到循环消费的商品，除了“嘴巴”，还能有什么呢？人只要生存一天，嘴巴就要吃，就绝无停止消费的理由，因此无论是礼拜天或节假日。它也永不休息，命令主人把钱顺从地送进商人的口袋里。

日本汉堡包店的创始人在70年代初期，与美国麦当劳快餐公司合作，向日本人提供物美价廉的汉堡包。开始经营的时候，许多日本商人都认为在习惯于吃大米的日本推销汉堡包，不可能有市场。但犹太商人经过研究，指出日本人体质孱弱，身材矮小，这很可能与偏吃大米有关，同时他又看到，美国汉堡包店的效应正席卷全球，未来将是快餐时代。基于这两点，犹太商人认为，同样是“嘴巴”的商品，在美国能畅销，在日本为什么不能走红？再说，根据犹太人“嘴巴”生意经的观点来看也绝对是赚钱的。他只要经营下去，为什么就说只能赔不能赚呢？

134 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

任何一种生意，要想做好它，使它成功，光生搬硬套地去套用生意规则，这是远远不够的，它还需要商人具备聪明的头脑和深邃的洞察力，“嘴巴”生意也不例外。嘴巴生意说白了就是“经营嘴巴的生意”。犹太人把“嘴巴”列为除“女人”而外的“第二商品”。

在这种情况下，这个犹太商人的汉堡包店开业了，第一天，果不出所料，顾客盈门，利润还大大超过这个犹太商人事先想象的程度。以后，利润有如芝麻开花节节高，一连用坏了几台世界最先进的面包机器，还是无法满足顾客的消费要求。这个犹太商人利用“嘴巴”生意发了大财！

美国一位靠经营土豆致富的大企业家辛普洛特，是当今世界上100位最有钱的富翁之一。

第二次世界大战爆发后，辛普洛特

获知作战部队需要大量的脱水蔬菜。他认准了这是一个绝好的赚钱机会，于是买下了当时美国最大的一家蔬菜脱水工厂。他买到这家工厂后，专门加工脱水土豆供应军队，从这以后，辛普洛特走上了靠土豆发家的道路。

20世纪50年代初，一家公司的化学师第一个研制出了冻炸土豆条。那时许多人都轻视这种产品。有的人说，“土豆水分占3/4还多，假如把它冷冻起来，就会变成软糊糊的东西。”可是辛普洛特却认准了这是一种很有潜力的新产品，即使冒点风险也值得，于是大量生产，果然不出所料，“冻炸土豆条”在市场上很畅销，成为他赢利的主要来源。

从上面的例子可以看出，犹太人善于做的“嘴巴生意”，是最务实的赢钱方式。做好“嘴巴生意经”，就会使你财源滚滚。

NO 40

学会抓住大众心理 跟着流行风跑

“越是流行的东西，越有钱可挣”，这是犹太人坚信不移的赢钱术，因此他们常这样做：巧妙利用人们“向上看”的心理去操纵流行趋势。犹太大富豪罗斯柴尔德发迹时，就是利用古钱币让其从上流社会中先流行起来，然后再逐渐普及于大众中间。此外，日本的汉堡大王藤田的发迹史也体现了这种流行观。

银座犹太人藤田先生不仅靠汉堡包大发其财，而且还做女人和小孩的生意，如钻石、时装、高级手提包等。在经营过程中，他首先把对象放在上流社会中有钱人的流行趋势上，无论是钻石的花样，服饰的色彩还是手提包的样式都是按照有钱人的喜好特设的。结果，他的商品不仅畅销，而且20年来经久不衰，从来发生过“流血大拍卖”的事。当然，藤田先生之所以能战胜竞争对手，还在于他善于从实际出发，灵活多变，绝不是只知道选购在欧美最流行的服饰，因为欧美的服饰只适合那些金发碧眼、身材修长的欧美姑娘，而日本的妇女黄皮肤、黑头发、个子矮小，和那些服饰很难和谐。有钱的人，即使钱再多，

也不会拿钱去买不适合自己的东西。所以，那些只知其一不知其二的商人们，虽然片面地赶上了有钱人的时髦，但不具体问题具体分析，恐怕最终还免不了亏本。藤田先生的成功，并被称为“银座的犹太人”，恐怕与他灵活地运用犹太人的生意经有很大关系。

现代市场瞬息万变，能够把握一种流行趋势实属不易。所以，这就要求我们每一个生意人在作出任何一项决策前，必须仔细研究分析市场，既要能赶上潮流，还要超前于潮流。因为，人们的需求在不断变化，市场也在不断变化，今天畅销的产品，也许明天就无人问津。就像跳舞一般，快于节奏或慢于节奏都不行。

在犹太人看来，凡是最流行的，就越有利可图。因此你只要有心盯住市场上的流行趋势，就能赚足了钱。犹太人的这种“流行赢钱法”主要有：(1) 先人一步，(2) 超人一招，(3) 做足宣传，(4) 善于营销。据此，犹太人心明眼亮，跟着流行风跑，引领时尚，获得财富。

NO 41

有买卖就成交易 做生意不能拖拉

犹太人信奉“有买卖就成交易，做生意不能拖拉”的赢钱术，因此他们敢于开拓市场，打开自己的生意局面。

犹太民族是个契约的民族，他们极为重视立约与守约，并使之高度神圣化。在商业活动中，犹太人一贯极为重信守

约。然而，这种态度并没有导致犹太人对把合同书都供奉在神龛里。相反，只要有买主卖主，合同本身也是商品，同样可以买卖。虽然，这种合同必须是合法的、可靠的而且首先是有利可图的。



那么，出售合同到底有什么好处呢？合同本是商谈双方签订的约定，是规定双方必须履行的责任和所享受的权力，这是两方的事。销售合同是把这些能享受的权力让给“第三者”，连同必须履行的责任一块，条件是“第三者”得付出一定的价钱。卖合同的人相当于一个坐享其成的人，他不需要经营业务，也不需要履行合同中指定的责任，不费吹灰之力就赚取了其中的利润。这对于会赚钱的犹太人来说，何乐而不为呢？

因此，只要他们觉得买卖双方的条件都能接受时，他们就十分乐意地把合同卖了！

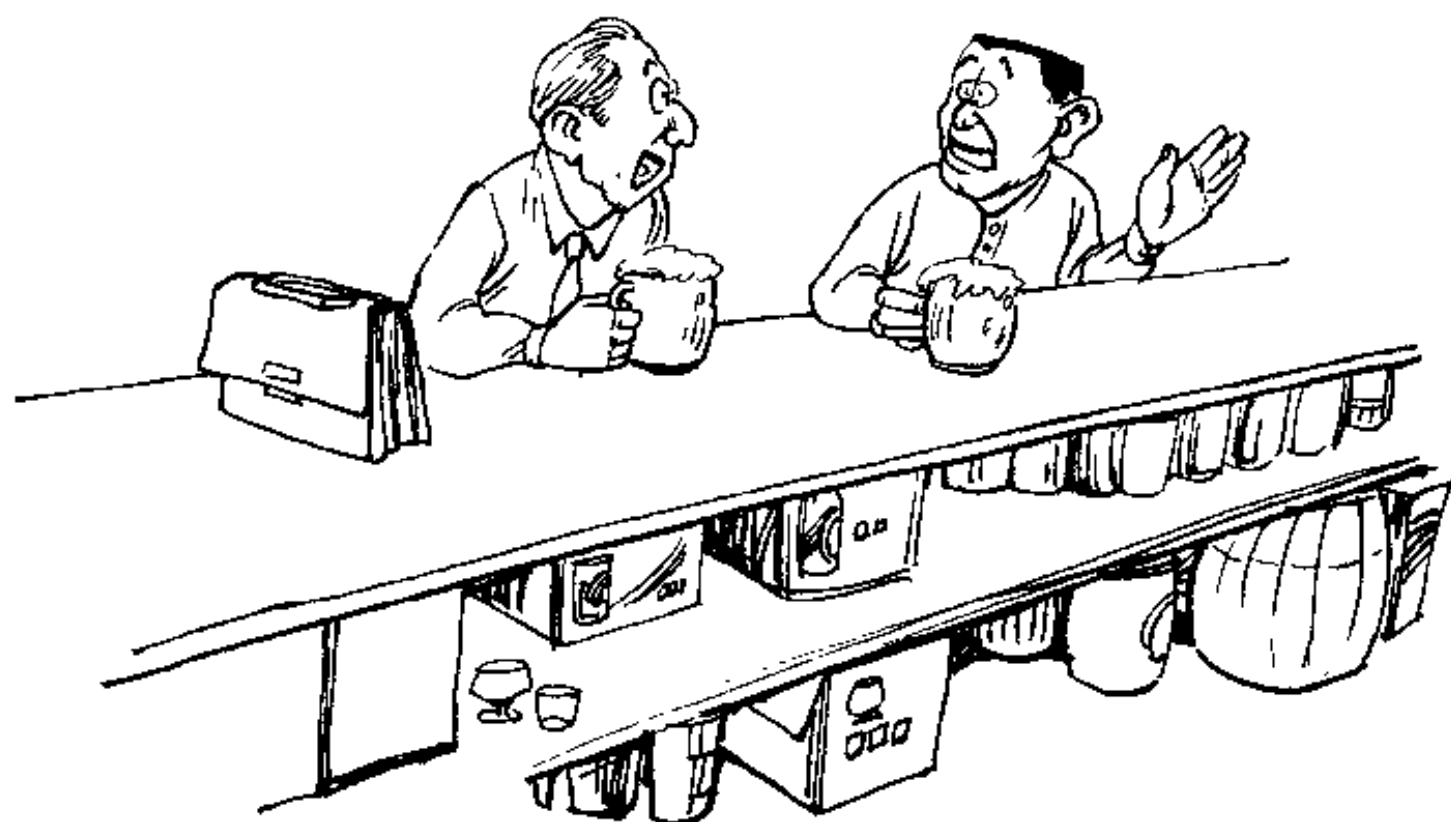
有人要卖，当然有人想买，方能达成交易。在自然界中，事物都有对立的

双方存在，所以世界才是一个平衡体。打破了平衡，世界将是一片混乱。所以说，买、卖是同时存在的，它们构成一个平衡体。

当然，他们所收买的合同，仅限于他们的确认为有信用而且信得过的商人。

我们常说的“代理商”就是指这种靠买合同而稳赚利润的人。犹太人称“代理商”是“贩克特”，他们把别的公司企业等业已订立的合同买下来，代替卖方履行合同，从中获利。

犹太人的“贩克特”是走遍世界的。他们一般瞄准一些信得过的大公司或大厂商。银座犹太人藤田先生的公司就与“贩克特”常来往。



“您好，藤田先生，现在您做什么生意？”犹太“贩克特”常常会问。

“嗯！刚好和纽约的高级女用皮鞋商，签好输入10万美元的合同。”

“哇！正好，可否将此权利让给我？给您两成的现金利润。”

双方有意，于是一桩合同的买卖很快便成交了。藤田先生不费吹灰之力，取得两成现金利润，犹太“贩克特”也因此获得女用皮鞋输入权利，再从皮鞋销售中获取更多的利润。交易的结果，双方都笑容满面。这就是“贩克特”的

138 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

快速生意，犹如“快刀斩乱麻”。

当他们双方交易拍定后，“贩克特”手持合同马上飞往纽约那家皮鞋公司，宣称10万美元输入的权利是属于他的了。他们这么做的好处是不用直接参加合同的签订，而是直接用钱购买需要的合同。

当然，做合同买卖需要非常小心谨慎，它要求“贩克特”们要有敏锐的洞

察力，以减少上当受的损失。犹太人惊人的心算速度，渊博的知识，深邃的理解力，决定了他们是天才的“贩克特”。

犹太人的这种公司观，使他们在经营过程中决策果断。因此犹太人这种“有买卖就成交易，做生意不能拖拉”的赢钱术大有启发作用。

No 42

一笔生意，两头赢利 大家一同吃蛋糕

犹太人的赢钱术不求单赢，求双赢，即“一笔生意，两头赢利”。大多数犹太商人在商务往来时，能够通过巧妙调整而取得双赢的效果。

莱曼兄弟的故事更能说明双赢这一技巧所创造的效益。

莱曼兄弟公司，是一家有将近 150 年历史的美国著名的犹太老字号银行，70 年代末期，一年利润就可达 3500 万美元，而它的创业颇富神奇。

1844 年，德国维尔茨堡的一个名叫亨利·莱曼的人移民到了美国，他在南方呆了一段时间后，就同随后移居美国的两个弟弟——伊曼纽尔和迈耶一起在亚拉巴马定居，同时做起了杂货生意。

亚拉巴马是美国一个产棉区，农民手里只有棉花，所以，莱曼兄弟积极鼓

励农民以棉花代货币来交换日用杂货。这样做是不是与犹太商人一贯的“现金第一”的经营原则不符合呢？但莱曼兄弟的账却算得很清楚，他们认为：以商品和棉花相交换的买卖方式，不但能吸引那些一时没有现钱的顾客，而且能扩大销售量；同时在以物换物并处于主动地位的情况下，能操纵棉花的交易价格；经营日用杂货本来需要进货运输，现在乘空车进货之际，顺路把棉花捎去，还能节省一笔较大的运输费。这种经营方式可称做“一笔生意，两头赢利”，买卖双方都有得赚，何乐而不为？

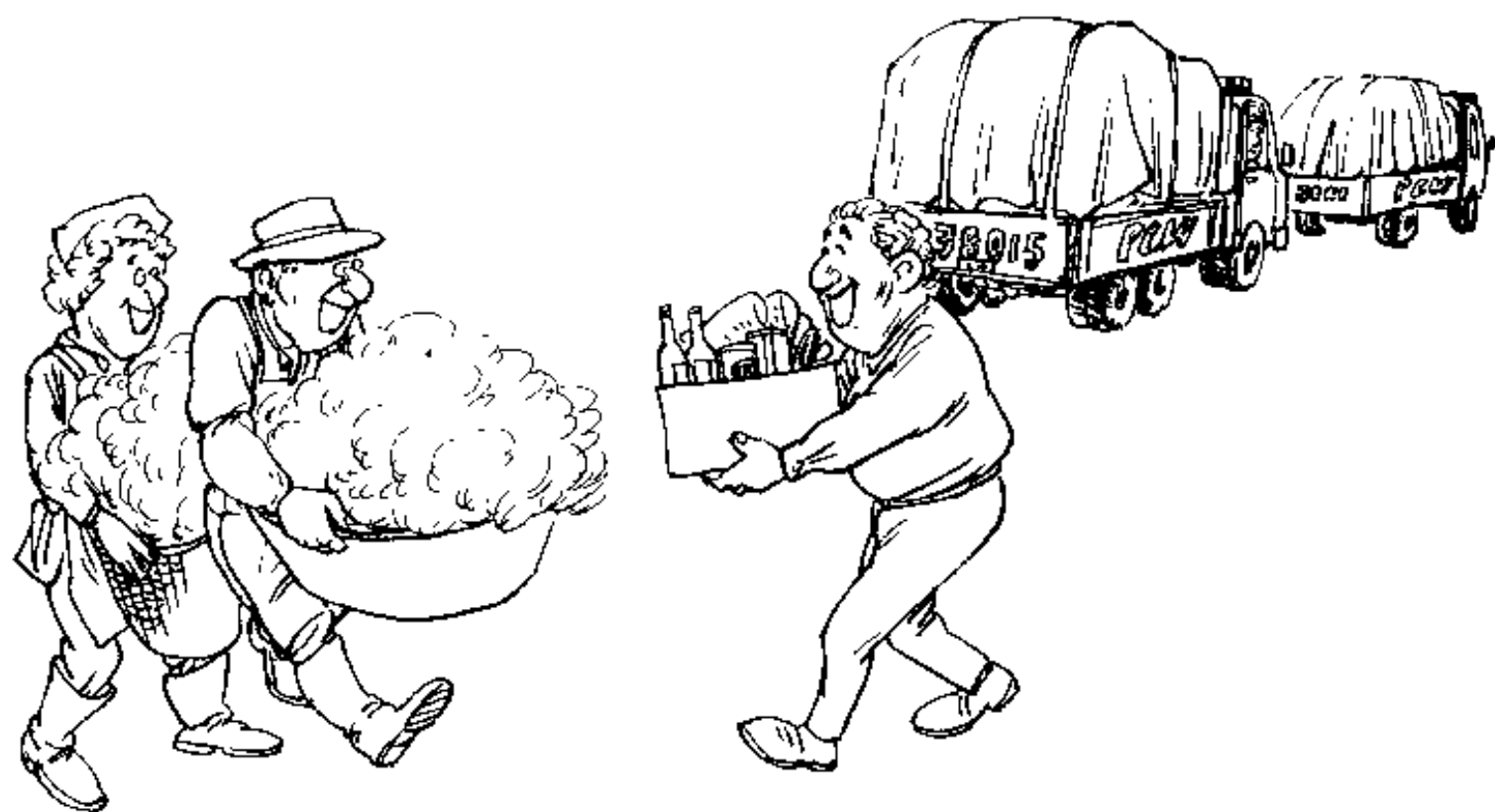
在买卖中把握双赢的技巧，这不仅是莱曼兄弟的经商手段，也是大多数犹太商人采用的手段，从而使得他们的生意越做越大。

犹太人这种“一笔生意，两头赢利”的赢钱术是符合现代经商原则的。根据这一原则犹太人认为：

140 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

(1) 过去，公司为了赚钱，总想独霸市场，一心想着挤垮同行。他们在处理与同行的关系上，多是互相诋毁，互相攻击，互相欺骗。不仅信奉“同行是冤

家”，而且坚持“三十六行，行行相妒”。如今，现代社会的企业，提倡竞争，鼓励竞争，但竞争的目的是为了相互推动，相互促进，共同提高，一起发展。



(2) 两军相争，你死我活，非胜即败。在市场竞争中，谁都想胜不想败。说市场竞争的各公司是“敌手”，因为他们在彼此竞争中带有以下性质：一是保密性。竞争者在一定阶段一定情况下，都有一定的保密性。二是侦探性。竞争者几乎都在彼此刺探情报，以制定战胜对方的策略。三是获胜性。竞争诸方无一不想胜利，都想获取一定利润，让自己的产品占领市场。四是克“敌”性。假若市场不能容纳下全部竞争者时，任何企业都想保存自己而“灭掉”对方。即使市场能容纳下全部竞争者时，他们也还是都想以强“敌”弱。

(3) 虽然竞争公司间有点像战场上的“敌手”，但就其本质来说是不一样的。这是因为：公司经营的根本目标是为社会做贡献，公司的产品是满足社会需要

的，公司赚的钱也被国家、公司和员工三者所用，公司间的竞争手段必须是正当合法的，在这种意义上讲，公司之间完全可以相互帮助、支持和谅解，应该是朋友。

(4) 市场竞争是激烈的，同行业的公司之间的竞争更为激烈。竞争对手在市场上是相通的，不应有冤家路窄之感，而应友善相处，豁然大度。这好比两位武德很高的拳师比武，一方面要分出高低胜负，另一方面又要互相学习和关心，胜者不傲，败者不馁，相互间切磋技艺，共同提高。

(5) 在市场竞争中，对手之间为了自己的生存发展，竭尽全力与对手竞争是正常的现象。但是，在竞争中一定要运用正当手段，也就是说，只能通过质量、价格、促销等方式进行正大光明的“播

台比武”，一决雄雌，切不可用鱼目混珠、造谣中伤、暗箭伤人等不正当手段损伤对手。

（6）天高任鸟飞，海阔凭鱼跃。市场是广阔的，多元的，一个有灵敏头脑的老板，在已被别人挤满的热门的康庄大道上，不必因为自己受挤而妒火中烧，应果断地避开众人，踏上冷僻的羊肠小路，照样可以经过一番跋山涉水的艰辛，

到达光辉的顶点。

（7）在现代社会条件下，市场形势是瞬息万变的，市场形势此时可能对甲企业有利，彼时又可能对乙企业有利。所以，老板应“风物长宜放眼量”，不可以一时胜负论英雄，更不可以一时失利而迁怒于竞争对手。犹太人这种大家同吃一块蛋糕的赢钱术是睿智的，是实用的。

NO 43

让大家都能迷上你 利用人们求新奇的心理赚钱

犹太商人懂得：有人有智难换一个钱，有人有钱难换一个智。有人却让钱变成智，让智变成钱。现代商战，虽时代和内容都有根本变化，但它仍是人们智慧角斗的舞台，古人的智慧仍可变换形式，再添风采。

美国食品大王、亿万富翁犹太商人普洛奇，在15岁时，家中无力供其读书，他只得在一家食品店打工。一天，老板交给他一个任务，把20篓在冷冻厂受损的香蕉推销掉。香蕉仍然可口，完全没有问题，只是外面的皮太熟了一点，颜色黑乎乎的。老板说只要卖出去，任何价钱都可以。

当时，完好的香蕉每4磅3毛，老板让他每4磅卖2毛，如果没人买再便宜。但是普洛奇没有照老板的话去做，他把堆成山似的香蕉摆在门口，然后，扯开嗓子，大声叫卖：“阿根廷香蕉！”

其实根本没有什么阿根廷香蕉，但是这个名字蛮有味道，听起来非常新鲜，

一大群人马上围过来瞧着这堆长得比较困难点的香蕉。

普洛奇说服他的“听众”：这些样子古怪的香蕉，是一种新品种水果，产地在阿根廷，第一次销到美国。他说为了给大家优惠，打算以惊人的低价，每磅10美分把香蕉卖给大家。其实，这个价钱比一般没有受损的非“阿根廷香蕉”差不多贵了近一倍！

讲究新奇的美国人，一听普洛奇说得头头是道，一轰而上，不到一个上午就把所有的香蕉全部抢购一空。

香蕉由于保存不当，外形发生改变，这本来是商品降价的因素，但普洛奇采用瞒天过海的计策，利用美国人求新奇的心理，把本地香蕉摇身变成“阿根廷香蕉”，此香蕉便以奇货自居，形成优势，价格自然上升，人们却一无所知。

请记住犹太商人的赢钱术：“利用大家的好奇心，就能让大家迷上你。”

NO 44

抬高价格就有戏 高额定价赚钱法

犹太商人认为，一些有声誉的老店和一些名牌商品，消费者对它产生了信任感，价格可以定得高一些，提高了商品的价格，也提高了商品的声望。请看一则故事：

美国亚利桑那州大峡谷沙漠中有一家麦当劳的分号，游人都喜欢在此解决肚子问题，其实这儿的的价格要比其他地方的麦当劳连锁店高出一大截，正如店家标榜的“本店价格最贵”，但人们并不在乎，因为此“贵”非彼“贵”，其贵在有理，且看店堂里醒目的“诚告顾客”：

*** * * * * *

由于本地常常缺水，所需用水需从60英里以外运来，其费用是常规的25倍，为吸引雇员，我们需支付较其他地方高得多的工资，为了在旅游淡季亦能正常营业，本店还得随季节性亏损，又由于远离城市，地处偏僻，本店的原料运输昂贵，所有这些因素使本店的价格

昂贵，但我们为的是向您提供服务，相信您会理解这一点。

话说到这个份上，理由再明白不过了。游人尽管吃着“最贵”的汉堡包、热咖啡、土豆条，但没人有被“宰”的感觉，反觉得钱花得“值”，其实在我看来，这里定价的贵最最根本的原因还是在于麦当劳本身的魅力。1996年美国十大商标中麦当劳超过了可口可乐得第一位。本来以麦当劳“世界各地一模一样”的宗旨它不应该在地理位置较差的地方提供同样服务时收取更高的价格，这个例外最根本之处是它本身的声誉，这也体现了美国人的精明之处，也是麦当劳之所以敢于宣称“有教堂的地方就有麦当劳”的原因。

威望声誉定价的另一种形式是有意把某些商品价格定高，目的并非销售这种商品，而是带动其他商品的销售，如瑞士生产价格几十万美元的“劳力士(Rolux)”手表，其实销量很低（请各位朋友想一想李嘉诚戴的一块手表只是儿

144 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

十港币就可买到的老式液晶表)，生产者并不关心此种手表的销售情况，而更感兴趣的是借这种昂贵手表的声望，增加其他手表的销量与信誉。

美国纽约的第四十二大街上，有个生产经营服装的犹太商人鲁尔开设的经销店，门面不大，生意也不怎么兴隆，鲁尔专门聘请的高级设计师，经过精心设计的世界最新流行款式的牛仔服首次上市销售。他对这一产品寄托了很大的希望。企盼一举改变自己经营不景气的状况。为此，他投入了 60000 美元的资金，首批生产了 1000 件，成本为 56 美元，基于打开市场的需要，他采取了低额订价策略，把每件定为 80 美元，这在服装产品定价中算是比较低的了。鲁尔心想，凭着新颖的款式和低廉的价格，今天一定会开门大吉，发个利市。

王先生亲自出阵指挥，大张旗鼓地叫卖了半个月，购买者却寥寥无几。急昏了头的鲁尔铁下一条心来，每件下降 10 元销售，又呼天喊地叫卖了半个月，购买者却仍不见多。估摸着低价之下，必有勇夫，鲁尔又降低了 10 元钱价格，这可接近于跳楼价了，但销售状况仍是“外甥打灯笼——照旧”。向来不服输的王凯杰，这时也顾不得那么多了，干脆大甩卖吧，每件 50 元，工本费都不要了，实行赔本清仓，可除了吸引了不少看客外，连原来还有几个顾客的情形也更加不如了，购买者“落花流水春去也”，不再光顾。

彻底绝望的鲁尔自认命该倒霉，索性也不再降低和叫卖了，他让人在店前挂出“本店销售世界最新款式牛仔服，每件 40 元”的广告牌，至于能否销售出去，只好听天由命了。在繁华的纽约第

四十二大街上，有这么便宜的东西，也可真少见。希望顾客们可怜一把。谁知，广告牌一挂出，陆陆续续来了不少购买者，兴致盎然地挑选起来。站在一旁的鲁尔这回可傻了，呆若木鸡地立在一旁。原来，他的店员一时粗心大意，在 40 后多加了个 0，这样每件 40 美元就变成了 400 美元了，价格一下子高出 10 倍，购买者反倒一拥而上，不一会的功夫，倒还真卖出了七八件，并且随后的销售状况是越来越好，“芝麻开花节节高”，生意空前的兴隆。一个月过去了，虽然鲁尔仍然是“丈二和尚摸不着脑袋”，糊里糊涂地，他的 1000 件牛仔服已经全部销售一空。差点血本全无的鲁尔，转瞬之间发了横财，高兴得他不亦乐乎。

* * * * *

在采取低廉定价法让鲁尔一筹莫展的情况下，为什么意外导致的高价反而让鲁尔扭转乾坤，一举赚取了高出原来预期十倍的利润呢？在鲁尔想来，这或许是他暗中积了不少阴德，天可怜见之故。其实不然，这是消费者的购买心理在起作用。鲁尔的世界最新款式的牛仔装，主要销售对象是那些爱赶时髦的年青人。他们的购买心理特点是讲究商品的高档次，高质量和时髦新颖。对服装的需求不仅讲求时新，而且讲求派头，以满足自己的虚荣心和爱美之心。虽然，鲁尔的牛仔服装款式新颖，但因为开始定价太低，他们便误以为价低则质次，穿到身上有失体面；当后来价格抬高 10 倍时，他们便以为价高而货真，因而踊跃购买。

当然，值得一提的是，鲁尔的牛仔

服是“奇”货，地道的时新产品。因此，才能满足这部分消费者的需求，假如鲁尔的牛仔服是司空见惯的大路货，毫无特色可言，他标得再高，也销不掉，这些消费者可不都是吃素的。万一他们发现上了一个天大的当，铺子都非得给端了不可。

我们知道，物美价廉、薄利多销，是一种有效的竞争手段，也符合一般消费者普遍心理特点的定价策略。但这种定价方法并非在任何情况下都能奏效。

犹太商人认为，奇货可居，是公司

采取高额定价的一个基本原则。所谓奇货，不仅包括新产品、稀有品，也包括名牌产品。名牌产品，看重的是它的名气。换句话说，名气是他们的本钱。而这些名气，靠的是价格来培养的。就像皇帝有皇帝的气派，大臣有大臣的架子。单不说皇帝，大臣外出就需八抬大轿，鸣锣开道，后边还有一大批狗腿子前呼后拥，以示不同于一般人。名牌产品在营销中采用高额定价法，能够巩固名牌的高贵地位，保持特优的身价，维护其至高无上的优势，当然也赚取超额利润。

第六章

变钱术：不怕钱少，就怕手段少

“智慧与金钱，哪一样更重要？”“当然是智慧更重要。”

——犹太商人的金钥匙

犹太商人的富脑袋

如何把手中的钱用活，是犹太人经商的一门大学问，他们运作的变钱术是不作存款，而作现金运转。一般人认为，银行存款和现金相比，当然是现金最可靠，既不获利也不亏损。小心谨慎的犹太人当然在二者择一的条件选择了后者。因为对犹太人来说，“不减少”正是“不亏损”的最起码的做法。想借助银行存款求得利息，是不太可能获得利润的。

NO 45

想办法把钱借给别人就是成功 借他人的钱来发财

在现实生活中，是当债权人好，还是当债务人好，犹太人的回答是：不要怕别人来借你的钱，只要钱能借出去就是成功，就可以变出更多的钱。先从以下问题看起：

比如，若问是“想借钱给别人的人”多，还是“想借钱的人”多的话，那犹太商人一定会告诉你肯定是“想借钱给别人的人”多。一般人会认为是“想借钱的人”多，但事实正好相反。犹太商人之所以喜欢开银行，尤其是开投资银行、发行股票等，就找准了大多数人“想借钱给别人”的愿望，借他人的钱来发财。

再比如，借了钱之后还不出，是债务人着急呢，还是债权人着急？一般人都以为债务人着急，害怕凶神恶煞般的债权人上门催讨。犹太商人却会回答说，是债权人比债务人更着急。

有个犹太人的笑话是这么说的：雅可夫借给亚瑟 500 美元。明天就到期了，

但亚瑟身上连 5 毛钱都没有。雅可夫三天前就不停地提醒亚瑟，还有多少天就该还钱了。“到明天，雅可夫一定会来要钱。”想到这里，亚瑟坐卧不宁，根本就睡不着，在房里一个劲地走来走去，像铁笼里的野兽一样。

* * * * *

“你为什么还不睡觉？”妻子问他。

“我向雅可夫借了钱，明天上午非得还不可。”

“你身上有钱吗？”

“我连一个子儿都没有呢。”

“既然这样，你就睡觉吧。整夜睡不着的，应该是雅可夫而不是你。”

亚瑟妻子的话，实际上也就是代表了犹太商人的一般看法。

债务人到身上一个子儿都没有的地步时，确实没有什么可怕的了。钱，已经用过了，也已经用完了，这本身就不

150 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

冤枉了，而且用的还是别人的钱，一点没有吃亏。讨债人再凶，对一个子儿也没有的债务人也凶不到哪里去，因为犹太商人没有要人拿命来抵债的习惯。这种做法太不上算了，拿了别人一条对我毫无价值的命，却勾销了一笔债务，这划不来。即使打官司，这钱是否能要来还是个问题，又要支付费用与时间。所以，债务关系一旦形成，债权人就处在了某种被动地位之上，时时担心着钱要不回来。哪一天得知债务人已经破产，最犯愁的自然是他们。正因为这个道理，金融界里有一个心照不宣的规矩，就是借钱贷款最难争取的是第一笔，在这个当口上，银行需要反复思考，是否以后会为这个债务人“犯愁”，决定权还在他手里。一旦债务关系建立，企业运转有些不妙，最起劲地贷款给企业让它能有

个转机的，是银行。不为什么，为的是怕第一笔贷款连本带利都收不回来。

人既喜欢借钱给别人，借出钱之后，自己又会陷入纯粹被动的地位，这始终是借贷关系中的一个两难的事。对大笔贷款当然可以采取抵押贷款的方法，但日常来往中的一些不大不小的贷款，不可能都以抵押方式办理。现实生活中，最狡猾的诈骗犯，就是专门诈骗这类不大不小的贷款，让你白扔有些心疼，办交涉、打官司又有些杀鸡用牛刀之嫌，不方便也不合算，左右为难。

因而，金融界对借贷的第一笔款非常慎重，一旦债务关系形成，企业效益不佳，最关心企业的还是银行，否则银行就要连本带利赔进去了。幸亏犹太人最讲信用，而且大都善于经营。

NO 46

把死钱变成活钱

坚持“不作存款”的经营规则

如何把手中的钱用活，是犹太人经商的一门大学问，他们运作的变钱术是不作存款，而作现金运转。一般人认为，银行存款和现金相比，当然是现金最可靠，既不获利也不亏损。小心谨慎的犹太人当然在二者择一的条件选择了后者。因为对犹太人来说，“不减少”正是“不亏损”的最起码的做法。想借助银行存款求得利息，是不太可能获得利润的。

著名的美国通用汽车制造公司的高级专家赫特曾说过这样一段耐人寻味的话：“在私人公司里，追求利润并不是主要目的，重要的是把手中的钱如何用活。”

对这个道理，许多善于理财的小公司老板都是明白但并没有真正地利用。往往一到公司略有盈余，他们便开始胆怯，不敢再像创业那样敢做敢说，总怕到手的钱因投资失败又飞了，赶快存到银行，以备做应急之用，似乎这样才有安全感。虽然确保资金的安全乃是人们

心中合理的想法，但是在当今飞速发展、竞争激烈的经济形势下，钱应该用来扩大投资，使钱变成“活”钱，来获得更高的利益。这些钱完全可以用来购置房产、铺面，以增加自己的固定资产，到10年以后回头再看，他会感觉到比存银行要增很多利，你会看到“活”钱的威力。

*** **

对于这一点，并不是每一个人都看到并敢为的。这主要是愿意去冒风险当老板的人毕竟是少数，一般的人看不到自己企业的美好前景，不敢冒险，也就是没有进取心。

我们都知道，银行存款是生息的，只要有存款，便能获得利息收入。而现金，是不生息的，手持现款是多少，经过若干年后，仍旧是原来的价值，并不增多。这样看来，银行存款比手持现款

152 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

更有吸引力。那么为什么犹太人这么“傻”，宁可守住一大堆现款，而不愿把它放在银行，让它“繁殖”呢？

实际上，犹太人并不傻，而是太精明了。天生有数学头脑的犹太人，早已算好了这笔令人惊讶的账。他们算完这笔账后，就有充分的理由：银行存款，的确可以获得一大笔利息，但是物价在存款生息期间不断上涨，货币价值随之下降，尤其是存款本人死亡时，尚须向国家缴纳继承税。这是事实，几乎世界各国都如此。所以，无论多么巨大的财产，存放在银行，相传三代，将会变成零，这就是税法上的原则。

现款，确实不增值，但物价上涨对其影响不大，而且最关键的是手持现款，避免了在银行的财产登记，在财产继承时，不需要向国家缴纳遗产继承税。所以，手持现款时，财产既不增多，也不减少。

犹太人不会把现款存入银行，有人不禁会问：“家财万贯的犹太人到底怎样保护现款，他们难道不担心钱的安全吗？”

如果每天都把现款携带在身，当然是不可能的，也是不安全的。他们已经为现款找到安全之处——银行。他们不是存款于银行，而是把现款放在银行的保险柜里。

日本具有“银座的犹太人”之称的藤田先生，在1968年访问美国服饰用品商狄蒙德先生时，曾参观了他的现款保险柜。狄蒙德先生领他到银行地下室放置保险柜的昏暗地方，打开了装满现款的保险柜。藤田先生十分惊讶地发现保

险柜里装着现行的各种纸币，也有五六年前的各种旧币，还有金块，约合日币二三十亿元。如此巨大的财产，狄蒙德先生却十分放心地置之于此。因为银行是个极其安全的地方，有一流的安全防卫措施，专门的防卫人员，把现款托放于此，当然可以高枕无忧了。

现款是不能随便放置的，它需要一个安全的“藏身”之地。聪明的犹太人，巧妙地利用银行的安全设施，在银行的安全角落安放现款的保险柜，即使拥有亿万现金，也不用担心受盗。

犹太人这种“不作存款”的秘诀，是一门资金管理科学。俗语讲：“有钱不置半年闲”，这是一句很有哲理的生意经。就是说做生意要合理地使用资金，千方百计地加快资金周转速度，减少利息的支出，使商品单位利润和总额利润都得到增加。

* * * * *

没有资本怎么办？可以自行做工积累，然后靠运筹弄来一点。没有经验怎么办？可以从实践中学。当年的普利策千方百计找到圣路易斯的一家报社，向老板求一份记者工作。开始老板对他不屑一顾，拒绝了他的请求。但普利策反复自我介绍和请求，言谈中老板发觉他机敏聪慧，勉强答应留下他当记者，但有个条件，半薪试用一年后再商定去留。

为了实现自己的目标，普利策全力投入该工作。他勤于采访，白天认真学习和了解报馆各个环节的工作，晚间不断地学习写作及法律知识。他写的文章

和报道不但生动、真实，而且法律性强，不会引起社会的非议和抨击，吸引着广大读者。老板高兴地吸收他为正式工，第二年还提升他为编辑，他的收入也因此增多了，开始有点积蓄。

几年后，他对报社工作了如指掌了，决定用自己的一点积蓄买下一家濒临歇业的报馆，开始创办自己的报纸了。他将该报取名为《圣路易斯邮报快讯报》。普利策自办报纸后，资本严重不足，但他善于借用别人的力量，使用别人的资金，很快就度过了难关。他怎么借用别人力量呢？19世纪末，美国经济开始迅速发展，商业开始兴旺发达，很多企业为了加强竞争，不惜投入巨资搞宣传广告。普利策盯住了这个焦点，把自己的报纸办成以经济信息为主，加强广告部，承接多种多样的广告。就这样，他利用客户预交的广告费使自己有资金正常出版发行报纸，发行量越来越大。开办5年，每年为他赚了15万美元以上。他的报纸发行量越多，广告也越多，他的收入进入良性循环。不久他发了财，成为美国报业的巨头。

普利策能够从两手空空到腰缠万贯，是一位做无本生意而成功的典型。他初时分文没有。靠打工挣的半薪，然后以节衣缩食省下的极有限的钱，一刻不置闲地让钱滚动起来，使其发挥更大作用。这就是“不作存款”和“有钱不置半年闲”的体现，是经商成功的一个诀窍。

做生意总得要有本钱，但本钱总是有限的，连世界首富也只不过百亿美元左右。但一个企业，哪怕是一般企业，一年也可做几十亿美元，如果是大企业，

一年要做几百亿美元的生意，而企业本身的资本，只不过几亿或几十亿美元。他们靠的是资金的不断滚动周转，把营业额做大。一个企业会不会做生意，很重要一条就是看其能否以较少的资金做较多的生意。

* * * * *

怎样才能使钱不置闲呢？作为经营者要注意以下几个方面：

(1) 善于分析市场走势，把钱投向回报率高的项目。

犹太人善于精打细算，把钱存入银行，年息最多也不过10%左右。而把钱投入做生意或生产项目，如果利润回报率为10%，一年滚动周转4次，就可获得40%的增值。如果对市场走势观察分析准确的话，每次周转会盈利30%或更多些，那么一年滚动周转4次，所得的利润则超过100%了。所以，犹太商人乃至普通百姓，一般不会把钱存入银行的，即使一时未寻到有利的投资目标，他们宁可拿着现金，等待投资时机。

(2) 善于营销，保证商品不停留。

在市场经济体制下的社会，经营者的生存与发展关键在于其商品不积压，经常保持勤产勤进，快销快出，这样就不会积压资金。商品一旦积压，既妨碍了扩大生产经营，又产生利息、仓租等费用。要使商品不积压，除在于产品的质量 and 款式外，很重要一环是营销。根据营销学的道理，经营者要千方百计地满足消费者的需求，才能达到盈利的目的，在整个营销过程中，促销是一项至

154 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

关重要的工作，正如“皇帝女儿要出嫁，还得相亲一句话”的道理一样，质优款新的产品也要有得力的促销手段才能卖出去和卖得好价格。

(3) 善于确保资金安全，防止因小失大。

从事经营，风险是时刻存在的。古人讲：“福兮祸所伏，祸兮福所倚。”盈利是与风险并存并成正比的。如何化险

为夷呢？犹太人做买卖很有规矩。如规定交易必须订立合约，一切按合约条款办事；又如买卖不放账，如要求放账者必须提供银行担保或相应物业抵押等。他们绝不做那些以言代约，随随便便的“君子协定”买卖。正因如此，他们不会有受骗上当现象。犹太人有一句谚语说：“老子与儿子也不能相信，只相信自己。”其道理出自以契约办事的习惯。

NO 47

借第三只手变出钱来 借势打出自己的品牌

犹太人经商懂得巧干+实干，常常借势打出自己的品牌，营造出强大的声势，这种造势法当然是靠第三只手来完成的。且看：

一犹太出版商有一批滞销书久久不能脱手，他忽然想出了一个主意：给总统送去一本书，并三番五次去征求意见。忙于政务的总统不愿与他多纠缠，便回了一句：“这本书不错。”于是出版商便大做广告：“现有总统喜爱的书出售。”于是这些书被一抢而空。

不久，这个出版商又有书卖不出去，又送了一本给总统。总统上过一回当，想奚落他，就说：“这书糟糕透了。”出版商闻之，脑子一转，又做广告：“现有总统讨厌的书出售。”有不少人出于好奇争相抢购，书又售尽。

第三次，出版商将书送给总统，总统接受了前两次教训，便不作任何答复，出版商却大做广告：“现有令总统难以下结论的书，欲购从速。”居然又被一抢而

空，总统哭笑不得，商人大发其财。

下面举的例子，是在犹太人“借势经商”生意经影响下的一个成功个案：

在德国一个偏僻的小镇上，却有一家世界上最大的体育用品公司——阿迪达斯公司。这个小镇只有 1.7 万人，而这家公司却有 4 万名职工，分布在全世界 40 个国家的子公司中，这家公司经营各种体育用品，但是传统的、最主要的产品是足球鞋，每年各公司中共生产 25 万双足球鞋。

70 年前，阿迪·达斯勒兄弟俩在母亲的洗衣房里开始了制鞋业，他们边制边卖，销路看好。弟兄俩重视质量，不断地在款式上创新，他们不厌其烦地量下顾客脚的尺寸、形状，然后制鞋，于是每一双鞋都能满足消费者的要求。由于种种有利于顾客的经营方式，使他们的家庭制鞋作坊发展很快，没几年时间就扩展成一家中型制鞋厂。

1936 年的奥运会来临之前，阿迪·达

斯勒兄弟发明了短跑运动员用的钉子鞋。他又派人打探参赛运动员情况，当得知美国短跑名将欧文斯很有希望夺冠的消息后，便无偿地将钉子鞋送给欧文斯试穿，后来欧文斯不负众望，果然在比赛中获得4枚金牌。于是欧文斯穿的钉子鞋一举成名，阿迪鞋厂的新产品成了国内外的畅销货，阿迪鞋厂也就变成了阿迪公司。用体育明星来创牌子的办法太妙了！此后，老阿迪屡屡使用这种手法，不久老阿迪又发明了可以更换鞋底的足球鞋，并把新产品无偿送给德国足球队。1954年，世界杯足球赛在瑞士举行，不巧，比赛前下了一场雨，赛场上尽是泥泞，匈牙利队员在场上踉踉跄跄，穿着“阿迪达斯”的联邦德国队却健步如飞，并第一次获得世界冠军。至此，“阿迪达斯”名震海内外。

阿迪·达斯勒兄弟的成功是与他们的出色的服务分不开的。在赛场上，阿迪达斯公司总是派职员在那儿为运动员服务。只要哪位运动员感到鞋子不舒适，阿迪达斯公司的人马上就为他解决问题。在一次世界杯足球赛上，有一位德国主力队员的腿腱受伤，阿迪达斯公司连夜为他赶制了一双特殊球鞋，才使他能够重上球场。有一次在西班牙世界足球赛上，有一位前苏联足球队员穿的鞋子不

合脚，公司的派员马上描下他的脚样，立即坐飞机回公司，连夜为这位前苏联足球队员赶制了一双合脚的鞋子。由于阿迪达斯公司出色的服务，使它赢得了广阔的市场。

* * * * *

所以，对于经营者来说，创新款式、抓质量只是一个方面，而销售方式的出色是关键的一个方面。为了扩大影响，阿迪达斯公司利用犹太人的“借势变钱术”，将商品的2%—6%拿出来作馈赠，他们千方百计地争取尽可能多的运动尖子穿上阿迪达斯公司的鞋子。运动员在大赛中穿着“阿迪达斯”跑路、踢球，做活广告，比花钱做任何电视广告都有效果。对于体育明星，阿迪达斯公司常常慷慨赞助。由于他们的种种努力，在1976年蒙特利尔奥运会上，147枚金牌中有124枚的金牌得主是穿“阿迪达斯”的运动员，在这之后的西班牙世界杯大赛中，所有运动场上活动的人员中有四分之三是全身披挂“阿迪达斯”的产品。

可以说，出色的赞助艺术，使“阿迪达斯”成为世界最大的体育用品公司。这就是犹太人一贯提倡的借第三只手变出钱来的经商原则。

NO 48

只有傻瓜才拿自己的钱去发财 找到变钱的上上策

犹太商人在考虑无本经营时，想出来的办法是“借钱赚钱，借钱发财，”所以此为上上策。

借钱赚钱是许多人发财的一种方法，因为身无分文，寸步难行，只有靠借才能有出路。先看一个例子：

身无分文，寸步难行。然而，世界船主丹尼尔·洛维洛，创业初，一无所有，但靠充分发挥自己的才智，筹得一笔笔资金，为自己成为“世界船王”打下了坚实的基础。

1897年6月，丹尼尔·洛维洛出生于密西根州的兰海芬。小时候的丹尼尔性格孤僻，沉默寡言，船是他惟一的朋友。他梦想拥有好多好多的船。

9岁那年，他真的当了一回“船主”。他发现一艘沉下的小汽艇，便向父亲借了25美元，将汽艇买了下来。船捞上来后，他花了一个整冬，将船修好了，第二年夏天，丹尼尔把船租了出去，赚了50美元。还给父亲25美元，小家伙净赚

25美元。从那时起，他真想当船主。但是，直到40岁时，这一美梦方实现。

● 1937年，丹尼尔·洛维洛来到纽约，他匆匆出入于几家银行之间，做着儿时做的事——借钱买船。他想向银行贷款把一艘船买下来，改装成油轮，因为当时载油比载货赚钱。

银行的人问他有什么可做抵押。他说，他有一艘老油轮在水上，正在跑运输。接着，丹尼尔将自己的打算告诉对方，他把油轮租给了一家石油公司。他每个月收到的租金，正好可每月分期地还他要借的这笔款子。所以，他建议把租契交给银行，由银行定期向那家石油公司收租金，如此也就是他在分期还款。

这种做法似乎荒唐，许多银行肯定叫他走人。但实际上，它对银行是相对保险的。丹尼尔·洛维洛本身的信用或许非万无一失，但那家石油公司却是可靠的。银行可以假定石油公司按月会付钱没问题，除非有预料不到的重大经济灾

158 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

祸发生。退一步说，如果丹尼尔把货轮改装成油轮的做法结果也跟其他做法一样而失败了，但只要那艘老油轮和石油公司存在，银行就不怕收不到钱。最后，钱转到了丹尼尔的手中。

丹尼尔·洛维洛用这笔钱买了他要的旧货轮，改为油轮租了出去，然后再利用它去借另一笔款子、再去买一艘船。如此几年后，每当一笔债付清了，丹尼尔就成了某条船的主人。租金不再被银行拿去，而是由他放进自己的口袋里。

丹尼尔·洛维洛没掏一分钱，便拥有了一支船队，并赢得了一笔可观的财富：

不久，丹尼尔又有一个利用借钱来赚钱的方法在他脑海里形成了。此方法是：他设计一艘油轮，或其他有特殊用途的船，在还没有开工建造时，他就找到客户，愿意在它完工后，把它租出去，于是拿着租契约，他跑到一家银行去借钱造船。这种借款是延期分摊还的方式，银行要在船下水之后，才能开始收钱。船一下水，租费就可转让给银行。于是这项贷款就像上面所说的方式付清了，最后，等待一块交款完毕，丹尼尔·洛维洛就以船主的身份将船开走，但他一分钱没有花。

开始时，银行大为震惊。当他们仔细研究之后，觉得他的话非常有理。此时丹尼尔的信用已没有问题，何况，还与从前一样，有别人的信用加强还款的保证。

就这样，丹尼尔·洛维洛的造船公司迅速发展壮大起来，他真正成为一位大富豪了。

丹尼尔·洛维洛拥有的私人船只吨

位，是全世界第一，连奥纳西斯和尼亚斯两位大名鼎鼎的希腊船王也甘拜下风。

初涉商场的经营者创业时，须有一定的资金，才能使自己的事业有效地运转起来。不论是多么好的目标、设想和计划，如没有一定的经济力量作为支撑，只能是纸上谈兵。难怪许多的经营者认为：资金是维系事业生命的血液。

现实生活中，筹措资金的方法有多种，借贷是筹措的主要方法之一。可总是有许多经营者，前怕狼后怕虎，不敢借贷，不愿举债，从而耽误了许多发家致富赚钱发财的机会。记得美国著名的小商品经营大王格林尼说过这样一句话：真正的商人敢于拿妻子的结婚项链去抵押。不正是提醒人们要在经商过程中要勇于借贷吗？

只想小心谨慎地做自己的生意不敢借贷，往往在商场上成不了什么气候。而大胆地前进一步，勇敢地向银行贷款、举债，则往往会走向成功。其实，在某些时候，机会使得你强迫自己贷款，这样能够帮助自己达到获取利润的目的。

事实上，在商场，如果不是为了消费，为什么不可以贷一万元或许更多一点钱呢？把贷来的钱用于投资你看准了的项目，一年或二年之后，当你还清本息，你的银行账户上还可以留有一大笔钱。当然，你必须首先还清本息，并且贷款利息要高得很。然而，你还是赚了钱，这笔钱是如何赚来的呢？因为贷款的利息是一笔惊人的财富，它是督促你加紧干的最有力的动力。如果你不使资金周转起来并创造利息，你可能连贷款的利息都还不上。

西方商界有句名言：只有傻瓜才拿自己的钱去发财。

美国亿万富翁马克·哈罗德森说：“别人的钱是我成功的钥匙。把别人的钱和别人的努力结合起来，再加上你自己的梦想和一套奇特而行之有效的方法，然后，你再走上舞台，尽情地指挥你那奇妙的经济管弦乐队。其结果是，在你自己的眼里，富人会认为不过是雕虫小技，或者说不过是借别人的鸡下了个蛋，然而，世人却认为你出奇制胜，大获成功。因为，人们根本没有想到，竟能用别人的钱为自己做买卖赚钱。”

爱默生说过：“我最需要的就是让别人来强迫我做那些我自己能做，并且该做的事情。换句话说，就是需要一种压力。”贷一笔款，给了你一种自然而然的压力。因为这种压力，使你不得不放弃首先消费的打算，同时，也改掉你懒散的坏习气，使你手里的资金很快周转起来，自觉和不自觉地投入到生意的繁忙之中。

成功的经营者们常常这样说：“借债就是一把双刃的剑，你若小心运用会使你致富，你若不小心，会适得其反。”借债有其不利的一面，但关键要看是什么债。若是消费性借贷，那的确应极力避免。但“投资性借贷”又是另一种情况。事实上，很少有白手起家的富翁不借债的。富人之所以能够成功，是因为他们深谙借钱、贷款的力量。一个人可能撬起他双手根本无法承担的重量，提起这个原理，令我们不由想起科学家阿基米德说的话：“给我一个支点，我便可以撬起地球。”

杠杆原理便是利用借贷的款来使一个人的小耕耘变成大收获。杠杆原理和下面

四个字有关——别人的钱。不愿借贷别人的钱，不愿负债，那么，只能“保守”地守着摊子，世界上就有这么一个人。

据有关资料刊载：美国可口可乐公司的前任董事长伍德拉是位极保守的金融家。他一生最厌恶负债，经济萧条前夕，他刚好偿清公司的全部贷款。一次，公司里一位财务负责人要以9.75%的利息去借一亿美元的资本来兴建新建筑时，他马上回答说：“撤了他，可口可乐永远不借钱！”他的谨慎战略使可口可乐公司在经济大萧条中免遭灭顶之灾，但也因此产生副作用，使这个公司长期得不到发展，不能进入美国大公司之林。

后来，戈苏塔担任了公司董事长的职务，一改前任的作风，看准方向，大举借款。他接手时，可口可乐公司资本中不到2%是长期债务，从那以后，戈苏塔把长期债务猛增到资本的18%，这种举动使同行们大惊失色。戈苏塔用这些资金来改建可口可乐公司的瓶装设备，并大胆投资于哥伦比亚影片公司。他说：“要是看准了兼并对象，我并不怕增加公司的债务负担。”这种不怕负债的勇气将可口可乐公司从困境中解救出来，公司的利润一下子增长20%，股票也开始上涨。

戈苏塔不怕负债的勇气是来自于看准方向的基础之上的决断。他不是滥借贷款，加重公司负担，而是将借款用到生产的关键环节上。这样，暂时的负债会赢得长时间的盈利，最终债务也会彻底清偿。如果畏首畏尾，不敢冒借债的风险，那么企业就会永远失去发展的机会，最终会在公司竞争中失败。对一个公司来说如此，对经营者来说又何尝不是如此？



事实证明，天才的赚钱者了解并能充分利用借贷。世界上许多巨大的财富起始之初都是建立在借贷上的。靠借贷发家是白手起家的经营者的明智之举。记得法国著名作家小仲马在他的剧本《金钱问题》中说过这样一句话：“商业，这是十分简单的事。它就是借用别人的资金！”

客观地讲，大多数创业者拿出个千儿八百的也许不费劲，但拿几万几十万去搞一点事业，就不那么简单容易了。一个白手创业者如果真是一文没有，要想起家也不大可能。做任何生意、办任何实业都必须有最基本的本钱，所以，

对于现在的大多数仍处于白手创业的朋友来说，需办的头一件事就是通过各种途径去筹集创业所需的起码的资金。当然筹资的方法很多，但我还是奉劝朋友，大胆借贷是筹资最主要的方法之一。

在现代市场经济中，敢于借贷、善于用贷、巧于用贷、会用别人的钱发财的创业者才是高明的经营者。不要沉湎于“既无内债，又无外债”的小本经营的心理状态中。

请记住犹太商人的变钱之道，“在必要的情况下，你可以敢于借贷、善于用贷，走一条借钱发财之路。”

No 49

声东可以击西 明亏暗赚

犹太商人聪明伶俐，善于掌握明亏暗赚的技巧，以此来达到自己的经商目的。

美国康涅狄格州有一家叫奥兹莫比尔的汽车厂，它的生意曾长期不振，工厂面临倒闭的局面。该厂总裁决定从推销人手，扭转危机。

商战变幻莫测，要善于迅速调整，这种调整根本在于赢利，但有时为了赢利，吃些小亏是完全应该的。

采用什么样的推销方法最好呢？总裁犹太商人卡特认真反思了该厂的情况，针对存在的问题，对竞争对手以及其他商品的推销术进行了认真的比较分析，最后博采众长，大胆设计了“买一送一”的推销方法。该厂积压着一批轿车，未能及时脱手，资金不能回笼，仓租利息却不断增加。所以广告中便特别声明——谁买一辆“托罗纳多”牌轿车，就可以免费得一辆“南方”牌轿车。

买一送一的推销方法，由来已久，

使用面也已很广。但一般做法只是免费赠送一些小额商品。如买电视机，送一个小玩具；买录像机，送一盒录像带，等等。这种给顾客一点小恩惠的推销方式，确能起到很大的促销作用。但时间一久，使用者多了，消费者也慢慢不感兴趣了。

给顾客送礼给回扣的做法，也是个推销老办法，但同样，所送礼品的价值或回扣数目一般都较小，不可能起到引起消费者振动的效果。

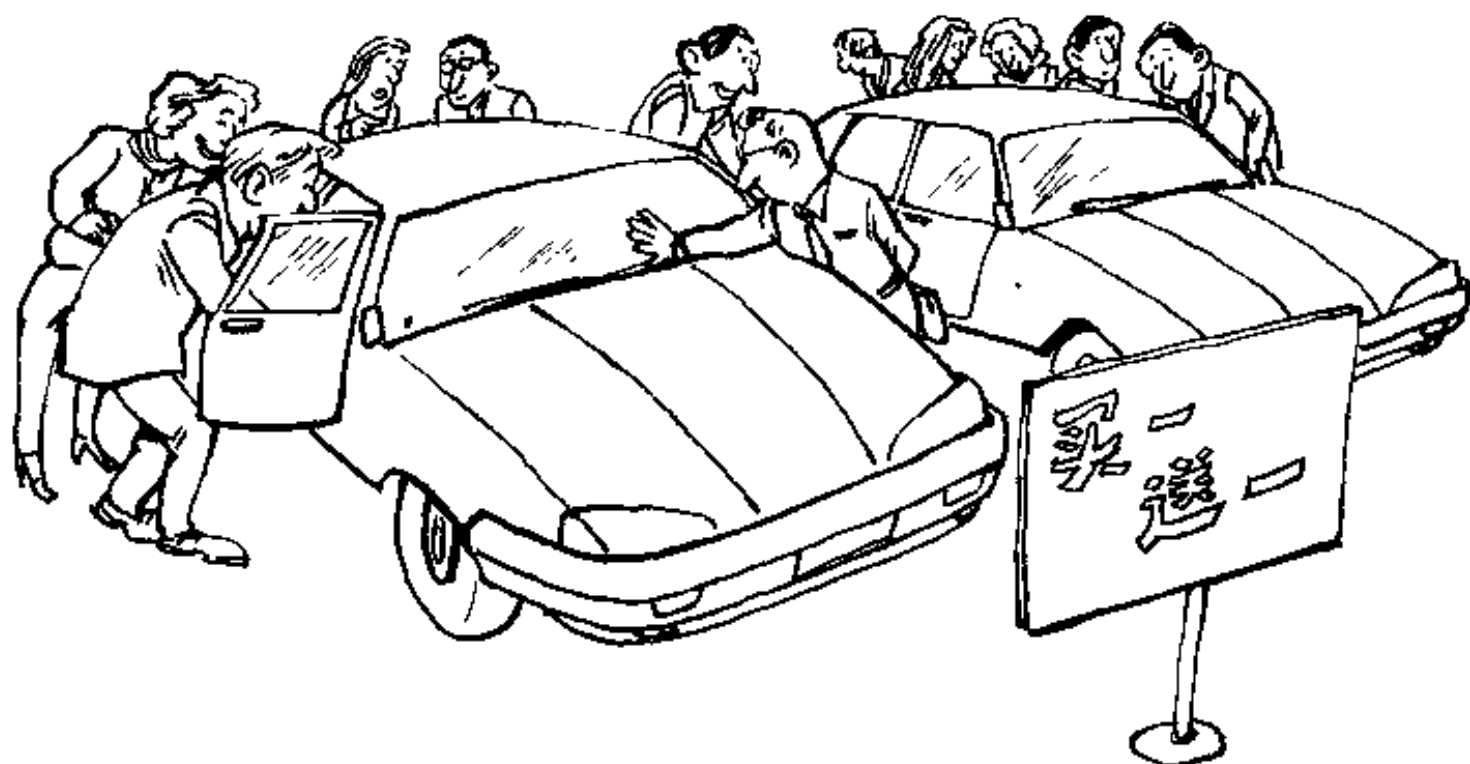
* * * * * * * * * * * *

奥兹莫比尔汽车厂对各种推销方法的长处兼容并蓄，尽可能克服因方法陈旧使消费者麻木迟钝的缺点，大胆推出买一辆轿车便送一辆轿车的出众办法，果然一鸣惊人，使很多对广告习以为常的人为之刮目。许多人闻讯后不辞远途也要来看个究竟。该厂的经销部一下子

162 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

门庭若市。过去无人问津的积压轿车果真以 21500 美元一辆被人买走，该厂亦一一兑现广告中的承诺，免费赠送一辆崭新的“南方牌”轿车。

奥兹莫比尔汽车厂如此销售，等于每辆轿车少卖了 5000 美元，是不是亏了血本？



不但没有亏本，而且汽车厂还由此得到了多种好处。因为这些车如果积压一年卖不出去，每辆车上损失的利息、仓租以及保养费等就已接近了这个数目。而现在，车全卖光了，资金迅速回笼，可以扩大再生产了；“托罗纳多”牌轿车

使用的人增多，名声变大，市场占有率提高了；一个新的牌子“南方”牌被带出来了，这一低档轿车以“赠品”闻世，最后开始独立行销……奥兹莫比尔汽车厂从此起死回生，生意兴隆。

第七章

投钱术：看准之后就把钱撒出去

每次生意都是初交，都要认真对待。

——犹太商人的金钥匙

犹太商人的富脑袋

在市场竞争中，犹太人的一切投钱决策思维，都是因“利”而驱使的。在相互争“利”的商场，使生意人真正获利的关键在于正确的决策，这就要求生意人应具备相应的素质。一是知彼知己，善于察市料“敌”，及时掌握市场的动向、消费者的需求；准确判断竞争对手，知其力，料其行，先发制人，抢先占领市场。二是扬长避短，善于出奇制胜。充分用己之长，由长而谋，因利动止，并注意用自己的优势，在时间速度上用奇，在产品设计上用奇，在经营销售上用奇，使竞争对手意料不到或仿效不及，从而迅速收口投资并赚回期望的目标值。三是审时度势，善于操纵商机。适时抓住市场上有“利”可图的一切机会，主动发起出击。在具体做法上，或施小利诱对手而动，或放弃眼前的小利，假痴不癫，使竞争对手进入误区，从而使自己获得大利。

No 50

敢于作出惊人的投资策略 胆大心细，迅速出手

什么样的商人是犹太人最推崇的，根据调查，他们以敢于作出惊人的投资策略的商人为崇拜对象，因为这些人能体现出犹太民族“胆大心细，迅速出手”的投钱术，即看准之后就把钱撒出去。

美国金融巨头摩根就是一个典型的敢于作出惊人投资策略的犹太商人，有人戏称：“只要摩根一开始工作，印钞机就飞速运转起来，因为他的脑子中已经完全有了投资的概念。”

19世纪末，支撑美国产业界运输体系的台柱只有铁路运输，但如一盘散沙似的各段铁路都无法胜任这项重任。要想把分散铁路连接成网，组成一个铁路联合体，仍要向铁路投入高额资金。这样，铁路对于投资银行的依赖程度表现得相当突出。随着生产力的发展，企业社会化程度越来越高，各公司的联合与吞并也越加频繁，借贷的资金额也越来越大。这就要求投资银行不仅有雄厚的财产做后盾，更要有很高的信誉。在这

种青黄不接的形势下，摩根创立的银行辛迪加成为新时期银行投资业的榜样。众多破产的公司企业面对美国的经济危机，把希望寄托在摩根身上，希望他能够收购他们的公司，成为他们的救世主，给他们的公司以新生。

* * * * *

在此等危难之时，摩根力挽狂澜，扶大厦于将倾，他操起手术刀，向铁路业大动手术了。他这次采取的是“高价买下”战略。无论是西部铁路，还是那些早已不符合当今发展要求的铁路，他都要统统买下，以便能迅速整顿美国铁路。

摩根的高价购买铁路策略，有人称之为“托拉斯计划”，这正是反映摩根策略威力之处。摩根此次的大量投资，不是投机，而是为了促进铁路发展。这次之所以开出了打败所有竞争对手的价格，

166 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

也是出于他并不想靠这次投资获利。另外，如果铁路产业经济的支柱被别人占领，那么他在金融界刚刚夺得的霸主地位，将会变成空谈。只为此，他就值得一搏。这次摩根对铁路的大整顿，标志着美国经济由开发的初创阶段，进入了现代的重视经营管理阶段，彻底转变了美国传统的经营战略与思想。他的成功，改变了美国经济的发展方向。在华尔街则更是这样，他的经营思想与管理方式成为华尔街纷纷模仿的形式，至今还有巨大的影响力。

在经历了从“海盗式”经营到形成辛迪加，进而到托拉斯，华尔街已从过去投机商的乐园，转变成为美国经济的神经中枢。华尔街日后成为美国经济的发展标志，并问鼎世界金融霸主的地位，摩根为此做出了不可磨灭的贡献。

从摩根身上，我们发现，犹太人的投钱术中充满了风险与机会，他们宁可去尝试在风险中赚钱，也绝不轻易地让自己退出风险。这种“胆大心细，迅速出手”的投钱术应当是一个优秀商人的基本素质。

NO 51

抢先占领市场 因利而冒险

在市场竞争中，犹太人的一切投钱决策思维，都是因“利”而驱使的。在相互争“利”的商场，使生意人真正获利的关键在于正确的决策，这就要求生意人应具备相应的素质。一是知彼知己，善于察市料“敌”，及时掌握市场的动向、消费者的需求；准确判断竞争对手，知其力，料其行，先发制人，抢先占领市场。二是扬长避短，善于出奇制胜。充分用己之长，由长而谋，因利动止，并注意用自己的优势，在时间速度上用奇，在产品设计上用奇，在经营销售上用奇，使竞争对手意料不到或仿效不及，从而迅速收口投资并赚回期望的目标值。三是审时度势，善于操纵商机。适时抓住市场上有“利”可图的一切机会，主动发起出击。在具体做法上，或施小利诱对手而动，或放弃眼前的小利，假痴不癫，使竞争对手进入误区，从而使自己获得大利。

犹太商人历来负有一个投机家的名声。无论在西方还是中国，在相当长的

一段时间里，“投机”这个词都不明不白地带有某种贬义色彩。现在不同了，经济学家们给“投机”换上了一个恰如其分的雅称，名之为“风险管理”。这个名称一改，犹太商人也由原来的“投机家”变成了“风险管理家”。

确实，犹太商人长时期不是在做生意而是在“管理风险”，就是他们的生存本身也需要有很强的“风险管理”意识。犹太商人不能干坐着等“驱逐令”之类的厄运到来，也不能毫无准备地到时候措手不及。在每次“山雨欲来风满楼”时，他们都需要准确把握“山雨”到底会不会来，来了会有多大。这种事关生存的大技巧一旦形成，用到生意场上去就游刃有余了。有不少时候，犹太商人确实靠准确地投这种“风险”之机而得以发迹。

除此之外，也许同犹太裔人经商时的积极乐观态度也有很大的关系。犹太民族历经劫难，但在看待事物的发展趋势时，却常抱乐观的态度，并采取相应

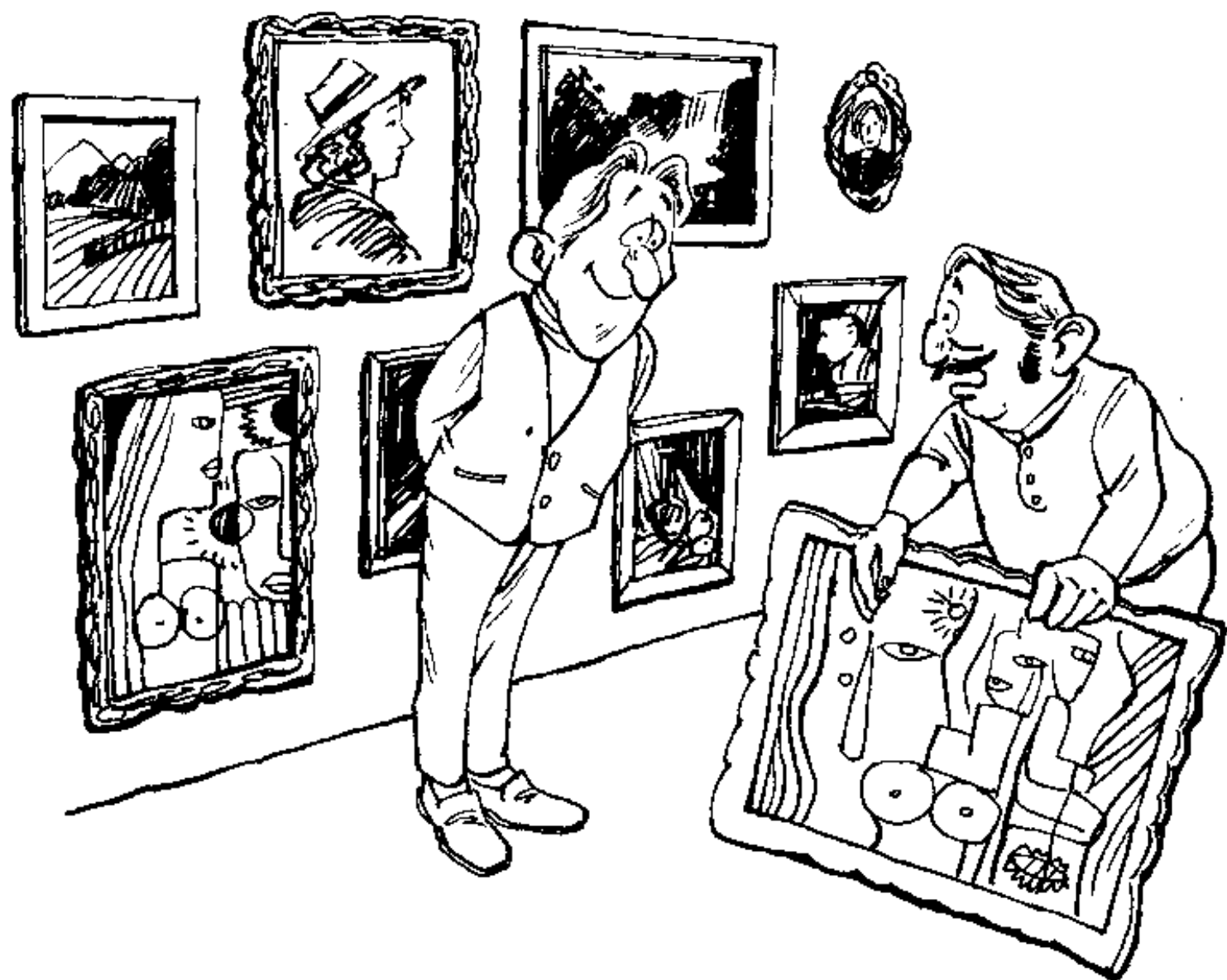
168 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

的行动。而事实是，无论经商还是做什么，乐观者总要多点机会，投中的次数也更多些。

纽约一个大美术商劳埃德则极具冒险精神。

1938年3月，德国军队越过了奥地利边境，劳埃德赶在希特勒到达维也纳

之前，带着10美元辗转到伦敦，并于1948年创立了“马尔伯勒高雅艺术陈列室”。主要为英国许多显赫的家族出售其收藏的艺术珍品，后来经营现代派的绘画作品。短短的6年就成为现代派美术作品最大的出口代理商，他的买主中，包括教皇保罗六世。



劳埃德对美术作品兴趣不大，只关心通过作品的买卖赚人钱。所以，他采取了纯商业式交易和职业化的处理，其作品大部分都是代销的，美术馆只在生意结束后收取佣金。但美术馆除了场地以外，还提供广告、推销、目录、邮寄、保险和运输的全套服务。所以美术家对劳埃德的服务是满意的，他们的作品在

这里不仅可以卖到最高价，而且不管销售情况如何，美术馆都给予他们稳定的生活津贴，乃至各国的画家都愿意同他们来往。目前，美术馆已成为一个世界美术界的超级大国，它在苏黎士、罗马、东京、伦敦、多伦多、蒙特利尔都设有分馆，每年的销售总额为2500万美元，占世界美术品市场的5%到10%。

1963年，俄国著名画家抽象印象派大师罗斯科卖给马尔伯勒美术馆15幅作品，价格14.76万美元，全部画款在4年内结清。到1969年，罗斯科的作品上涨到每幅2.1万美元，这时，劳埃德又同罗斯科签订了一个协议，商定以105万美元的价格出售87幅作品，后又把价款总额提高到144.6万美元，议定出售108幅作品。同时商定，在以后的14年中，不管劳埃德或美术馆的经营状况如何，都由罗斯柴尔德银行每年向罗斯科支付10万美元，为此美术馆向该银行抵押了数量可观的财产。作为回报，美术馆取得了今后8年中罗斯科的独家代理商资格。这种不顾艺术潮流和艺术家创作状态变化的“赌注”，无疑是极具风险的，而事实上协议执行不到1年，罗斯科就自杀身亡

了，劳埃德一下子就陷入罗斯科子女的诉讼中。

但从劳埃德这种无所顾忌地将风险机制引入美术品市场的行为中，足以看出犹太美术商的眼光和魄力。

随着时代的进步，犹太人的这种风险观愈发显示出其夺目的光辉。现在，每个企业的经营管理者，都面临着新产品的预测问题，每一件新产品进入市场，都是一次风险与机会的抉择。决定生产就要冒风险，而不冒风险就可能失去机会。但是，承担风险不是不切实际的蛮干，在大胆果断的行动背后都必有深谋远虑，必有细心的筹划和安排。只有智勇相结合，精于计算，因利而动，才能获取最大利益。

NO 52

只要值得，就要去冒险 没有大风险，就没有大收获

犹太商人的生意经中有“只要值得，就要去冒险”，这样大胆地在风险中淘金的做法，是犹太商人非常令人佩服的一种投钱术。下面这个例子就非常具有说服力。

阿曼德·哈默 1898 年 5 月 21 日生于美国，在上大学时，即开始经营父亲留给他的药厂，获得很大成功，成为当时美国惟一的大学百万富翁。1921 年赴苏联，成为贸易代理人，获得巨额财富。1956 年 58 岁的哈默收购濒临倒闭的西方石油公司，逐步使其成为世界最大的石油公司之一。1974 年哈默的西方石油公司年收入高达 60 亿美元。哈默一生与东西方政界领导人建立了密切的联系，在全世界享有盛誉。

经常有人向哈默请教致富的“魔法”。他们坚持认为：哈默发大财靠的不仅是勤奋、精明、机智、谨慎之类应有的才能，准还有“秘密武器”。

在一次晚会上，有个人凑到哈默跟

前请教“发家的秘诀”，哈默皱皱眉说：“实际上，这没什么。你只要等待俄国爆发革命就行了。到时候打点好你的棉衣尽管去，一到了那儿，你就到政府各贸易部门转一圈，又买又卖，这些部门大概不少于二三百呢！……”听到这里，请教者气愤地嘟哝了几句，转身走了。

其实，这正是 20 世纪哈默 20 年代时在俄国 13 次做生意的精辟概括，其中包含着他的生意的兴隆与衰落，成功与失败的种种经历。

1921 年的苏联，经历了内战与灾荒，急需救援物资，特别是粮食。哈默本来可以拿着听诊器，坐在清洁的医院里，不愁吃穿地安稳度过一生。但他厌恶这种生活。在他眼里，似乎那些未被人们认识的地方，正是值得自己去冒险，去大干一番事业的战场。他作出一般人认为是发了疯的抉择，踏上了被西方描绘成地狱似的可怕的苏联。当时，苏联被内战、外国军事干涉和封锁弄得经济崩

溃，人民生活十分困难；霍乱、斑疹伤寒等传染病和饥荒严重地威胁着人们的生命。列宁领导的苏维埃政权采取了重大的决策——新经济政策，鼓励吸引外资，重建苏联经济。但很多西方人士对苏联充满偏见和仇视，把苏维埃政权看做是可怕的怪物。到苏联经商、投资办企业，被称做是“到月球去探险”。

* * * * *

哈默心里当然也知道这一点，但风险大，利润必然也大，值得去冒险。于是哈默在饱尝大西洋中航行晕船之苦和英国秘密警察纠缠的烦恼之后，终于乘火车进入苏联。沿途景象惨不忍睹：霍乱、伤寒等传染病流行，城市和乡村到处有无人收殓的尸体，专吃腐尸烂肉的飞禽，在人的头顶上盘旋。哈默痛苦地闭上眼睛，但商人精明的头脑告诉他：被灾荒困扰着的苏联目前最急需的是粮食。他又想到这时美国粮食大丰收，价格早已惨跌到每蒲式耳一美元。农民宁肯把粮食烧掉，也不愿以这样的低价送到市场出售。而苏联这里有的是美国需要的、可以交换粮食的毛皮、白金、绿宝石。如果让双方能够交换，岂不两全其美？从一次苏维埃紧急会议上哈默获悉苏联需要大约 100 万蒲式耳的小麦才能使乌拉尔山区的饥民度过灾荒。机不可失，哈默立刻向苏联官员建议，从美国运来粮食换取苏联的货物。双方很快达成协议。初战告捷。

没隔多久，哈默成了第一个在苏联经营租让企业的美国人。此后，列宁给

了他更大的特权，让他负责苏联对美贸易的代理商，哈默成为美国福特汽车公司、美国橡胶公司、艾利斯—查尔斯机械设备公司等 30 几家公司在苏联的总代表。生意越做越大，他的收益也越来越多。他存在莫斯科银行里的卢布数额惊人。

第一次冒险使哈默尝到了巨大的甜头。于是，“只要值得，不惜血本也要冒险”，成了哈默做生意的最大特色。

1956 年，哈默已经 58 岁了，他感到他自己干实业已经干够了，便移居洛杉矶，准备用游泳、日光浴、捐赠珍藏等活动来消磨自己的余年。

没料到财神又一次把他拖回来，把他投入到他一生最赚钱的生涯——冒险性很大的石油行业中去。

朋友告诉他：20 世纪 20 年代初期创立的西方石油公司，正处在风雨飘摇的困境之中。这家公司请求哈默给予帮助。对石油行业还是外行的哈默，同意借给 5 万美元作为尝试，让该公司钻两口油井，将来得到的利润各占一半。哈默的打算是：如果这两口井是干井，这笔钱可以根据当时的规定，作为亏损从应缴纳的税款当中扣除。

出乎哈默意料之外的是：两口井都出了油。西方石油公司的股票一下子上涨了。初次尝试的成功，引起哈默在石油行业进行冒险的极大兴趣。1957 年，他干脆把借给该公司的贷款转化为股票，成为西方石油公司最大的股东，当上该公司的总经理。

石油钻探事业毕竟是一项冒险性很大的行业。1961 年，西方石油公司几乎

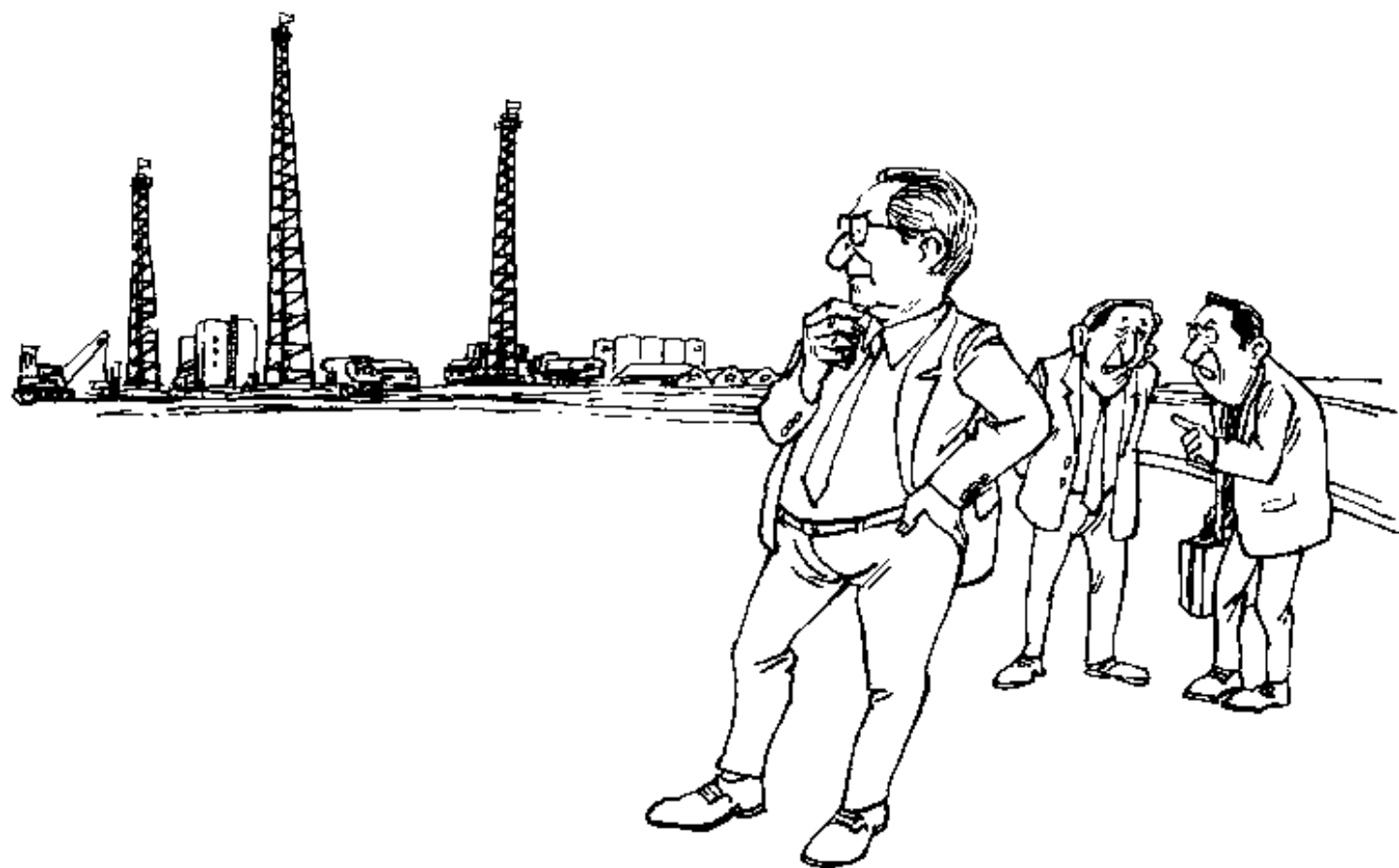
172 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

用完了 1000 万美元勘探基金，但仍无所建树。哈默计划集中余力，攻克难点。这计划吸引了·一个名叫鲍勃的青年地质学家。他向哈默建议：旧金山以东有一片被德士古石油公司放弃了的地区，这地区可能有天然气田，西方石油公司应该把它租下来。

哈默接受了意见，汇集了一大笔钱，投入这一冒险活动。这个地质学家挖井定位为离开那几口废井大约 600 英尺的一块空地上。当钻到 8600 英尺的深度时，终于钻出了加利福尼亚的第二大天然气田，价值 2 亿元。几个月以后，又在附近钻出了一个蕴藏量丰富的天然气田。

1966 年，西方石油公司来到盛产石油的利比亚。正值利比亚政府准备进行

第二轮出让租借地的谈判。来自 9 个国家的许多家公司参加了这次投标。哈默要同这些实力雄厚的大公司争夺，似乎有点不自量力，这些石油巨头一举手就可以把他打倒。但哈默依然乘坐一架由轰炸机改造的飞机赶来了。他采取了独特的投标方式。他独出心裁，用红、黄、绿三色彩绸做成投标书，正好和当时利比亚的国旗颜色一样。并且，他还在投标书中特别注出：如果西方石油公司中标，公司将为国王先祖所在地的绿洲造一个漂亮的大花园。这样，哈默成功地创造了开发利比亚石油的机会。他一举得到了两块租借地，使那些颇有名望的竞争对手大吃一惊。



但是，这两块地很快成了哈默烦恼的源泉，钻出的头三口井都是滴油不见的干井。每打一口井就要花费 300 万美元，另外还得花费 200 万美元用于地震探

测和向利比亚政府的官员交纳不可告人的贿赂金。董事会里有些人开始把这项计划叫做“哈默的蠢事”，连公司里的第二大股东里德，也主张应该撤退。哈默

是九头牛也拉不回的脾气，他大力支持公司的地质家采用电子计算机探测新技术，终于打出了9口油井，其中一口井年产7.3万桶，是利比亚最大的一口井。

利润开始像石油一样源源不断地流进西方石油公司的账户，冒险又一次取得成功。

西方石油公司海外石油事业的另一个具有冒险性而获得成功的投资是对英

国北海油田的开发。1972年，该公司在北海连钻三口都是干井，每口井的代价为2.50万美元。幸而最终得到上帝垂青，钻出了石油，获得了成功。

目前，公司已与英国的格蒂石油国际有限公司，联合化学有限公司和报界大亨汤普森的苏格兰石油有限公司等组成北海开发石油的财团，西方石油公司占有36.5%的股份。

No 53

小鱼敢吃大鱼

掌握兼并绝招

犹太商人投资的策略是不畏强手，小鱼敢吃大鱼。这样做的结果往往是能出奇制胜，大获收益。

广告商萨奇兄弟有句口头禅：越大越好。萨奇广告公司虽然白手起家，但公司人一开始就放眼国际市场，人们顺着萨奇公司大肆兼并同行的轨迹可以看出萨奇公司“小鱼吃大鱼”的谋略。

*** * * * * * * * *

1972年，萨奇兄弟在兼并同行对手方面初战告捷。1976年，他们更是一鸣惊人，居然买下康普顿广告股份公司英国分公司的绝大部分股票，这家公司在伦敦注册，论规模是萨奇公司的两倍，小鱼吃掉了大鱼。于是萨奇兄弟得以在伦敦股市登记注册，进入股票市场，通过控制股权的形式掌握了较多的子公司，为公司日后的多样化发展奠定了基础。

继兼并康普顿的英国分公司后，萨

奇兄弟又毫不留情地一口吃掉了英国好几家广告公司。1979年，公司以560万英镑的价格购买加洛特控股公司，此举使公司在伦敦站稳了脚跟，成为英国最大的广告业集团。

驱使萨奇兄弟建立大型公司的动因并不仅仅来自于他们对金钱和权力的渴求，虽然在兄弟俩的一些观点、言论中也可以找到某些金钱和权力的影子，但是，他们之所以想建立一个世界规模的广告公司还有其商业上的理由。他们相信，未来是属于一小批像他们那样的大人物的。他们认为，世界上大多数市场拓展得非常缓慢。与此同时，现代化使得人们要同样的东西和以同样的方式生活，这个世界在文化上变得越来越相似。一个多国公司可以由于这种相似性而在世界范围内，或者至少在若干大的市场上，以同样的方式销售同样的产品，从而在那些规模稍次一点的竞争对手无法取胜的经济范围内获得成功。无疑，这

种论点对公认的市场正统观念是一个大胆挑战。后者主张公司应研究每个市场的具体需求并相应地改变调整它们的产品经营方针。

萨奇公司之所以迅速发迹，就是由于兄弟俩敢于打破地区差别，不畏强手，同心协作的结果。

1982年，在广告史上最大的一次合并中，萨奇公司出资5500万美元将纽约康普顿公司（当时该公司是世界第十大广告公司）纳入自己的控制范围，取得了该公司在30多个国家的经营权。萨奇公司此举不仅首次打进美国广告界，而且为在全球扩张业务奠定了基础。对于这家已有75年历史、资金雄厚，但发展迟缓的康普顿广告公司，萨奇公司从伦敦派了一个新的总经理，期望恢复其在水上的声誉。在两年内，这家公司的利润率从7%提高到10%。为了稳固在美国扎下的基础，萨奇公司又于次年以1750万美元买下了两家中等规模的广告公司，获得了一大批善于创新的广告专业人才及设备。同年12月，萨奇公司出售了3100万美元新发行的美国储备股票。1986年，萨奇公司的股票上涨了18倍。

之后，萨奇公司又花了几个亿的投

资兼并了几家各行业的公司，获得了大量的管理咨询调研人才、公关人才以及销售人才，成为世界上最大的广告公司。

回过头去看，犹太商人“小鱼敢吃大鱼”的投资策略是非常有效的，它能给一个公司带来生机。但应当切记：

根据犹太人的看法，不会投资的人，永远都不会成为富翁，因此犹太人投资技巧之一，就是善于提防金钱的损失。他们认为：“金钱容易发生意外，任何人的钱都要留心看管，否则就要损失金钱。先要学会看管少数金钱，然后才可以管理更多金钱，这是最聪明的提防金钱损失的办法。”当似乎可以获得大批金钱的投资机会出现时，有些人人为它所迷惑，蠢蠢欲动参加投资，那是可能导致金钱损失的。犹太人认为：“本金有安全保障的投资才是第一流的投资原则。为求高利而丧失本金的投资事业，是愚蠢的冒险。作为投资者，不要受急于发财的心情所蒙蔽，必须要仔细调查研究，当你有了充足证据深信绝无冒险成分存在的时候，才可以拿出部分金钱来投资。只有这样珍惜你赚来的钱，你才能真正发财致富。”

NO 54

用钱追钱是妙招 让钱去找钱

在犹太商人看来，用钱追钱，自然要比人追钱快得多。这就是“钱找钱”强于“人找钱”。因此要学会投资。

不管哪项投资，总存在着波动性，有时情况好，而有时情况差。这样，如果你选择大部分的资产投入一种投资中，你可能因押对了宝而赢得了极高的报酬，但你损失惨重与血本无归的可能性也不比它小。但是，假如你决定分散你的投资，你所投资的种类越多，你获利的可能性越大。分散投资的基本原理就是在风险与报酬间做一适度的取舍。比如有一项投资组合包含了 10 种股票，每种股票的期望报酬率介于 10%—20% 之间。若投资者愿意冒较大的风险时，那么，他可能将所有资金投入报酬率为 20% 的股票上，此时他获取 20% 的报酬率的概率是很低的；但如果他分散投资，他将以较大的概率获取 15% 的报酬率。如此便达到了降低风险的效果。它和将鸡蛋分散放在不同的篮子里一样，即使一个

篮子打翻了，还可保有其余的蛋，讲述的是同一个道理。

分散投资标的，就是增加投资的种类，例如购买股票时，不要只买一种股票，而是将投资金额分开，同时购买各种股票。投资资金比较大时，不要只投资在单一的投资标的，除了股票外，房地产、黄金、艺术品等都应分散投资。分散投资标之所以具有降低风险的效果，就是凭借各投资标间不具有完全齐涨齐跌的特性，即使是齐涨或齐跌，其幅度也不会相同。所以，当几种投资组成一个投资组合时，其组合的投资报酬是个别投资的加权平均，因此几个高报酬的组合在一起，仍能维持高报酬。但其组合的风险却因为个别投资间涨跌的作用，而相互抵消部分风险，因而能降低整个投资组合不确定与不稳定的风险。随着投资组合中投资种类的增加，投资组合的风险也随着下降，这就是为什么分散投资、增加投资种类，可以降低风险的道理。



组合中各投资标的齐涨齐跌的现象愈不明显，或是报酬率呈现相反走势的现象，则其分散风险的效果愈好。尽量选择价格走势与原有投资组合相反的投资标的，例如，黄金就是个分散风险的好标的。从过去黄金价格波动的情况看，它是个风险相当高的投资，但是黄金价格的走势和股价走势不是正相关，恰恰相反，当通常股价在下跌时，黄金价格有上涨的倾向，尤其是遇上国际间重大事故，如战争、政变、通货膨胀时，导致股价大跌，黄金价格反而上涨，所以它是个分散风险的好标的。若将此原则延伸至股票投资，为了达到较好的分散效果，最好选择不同产业的股票。因为共同的经济环境会对同行业或相邻行业

的公司带来相同的影响，只有不同行业、不相关企业才有可能此损彼益。即使有不测风云，也会“东方不亮西方亮”，不至于“全军覆没”。

在实际投资中，并不是投资种类越多越好。据经验统计，在投资组合里，投资标的增加一种，风险就减少一些，但随标的的增多，其降低风险的能力越来越低。当达到一定量时，减少风险的能量就很少了，这时为减少一点点风险而增加投资标的可能得不偿失，因为随着标的的增多，支付的精力和销售佣金等方面的费用都相应增加。所以，进行投资组合要把握一个“量”的问题。同时，投资组合并不是投资元素的任意堆积（如一些由高级债券所形成的投资组合的

178 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

意义并不大), 而应是各类风险的投资的恰当组合, 也就是说还要把握一个“质”的问题。你最理想的投资组合体的标准是收益与风险相匹配, 使你在适合的风险下获得最大限度的收益。

不要只顾着分散风险, 必须要衡量分散风险产生的效果, 能否涵盖管理所付出的成本。随着投资种类的增长, 风险固然下降, 相对的管理成本却因而上升, 因为要同时掌握多种资产的动向并非易事。

当然, 分散投资并不是风险消除器。最佳的投资组合也只能消除特异性风险(即不同公司、不同的投资工具所带来的风险), 而不能消除经济环境方面的风险。风险管理的目的不是完全消除风险, 只是了解风险、降低风险、驾驭风险。

犹太商人认为, 公司如果有闲置资金就应当用来进行投资, 这可以说是一种生财之道。但这决不意味着这笔资金投出去就一定能赚钱, 因为任何一项投资都必然存在着一定的风险。

投资与公司的命运紧密相连, 是决定公司兴衰存亡的关键。如何把握左右公司投资的因素, 是确保投资成功的重要一环。影响公司投资的因素很多, 其中下面几个因素的作用尤为突出:

(1) 市场需求动态

各种商品的供求状况和发展趋势都会通过市场反映出来。公司在进行某项投资之前, 首先应该对此项投资所产产品的市场供求状况进行预测。只有市场上有足够大的容量, 产品能顺利销售出去, 才能进行投资。

(2) 预期收益水平

投资的根本目的在于取得满意的回报。预期收益水平对企业投资的回收速度及投资收益有着直接而重大的影响。预期收益水平只有高于同行业的基本收益率或资金的市场利率, 公司投资才有效益。

(3) 技术进步

事实上, 投资常常就是出于技术进步的需要而进行的。当某一行业的技术进步速度加快时, 其内部的投资机会便会大大增加, 从而引起该行业内厂商投资水平相应提高。在这种情况下, 公司即便仅仅出于维持生存着想, 也会产生投资要求。当然, 技术进步对公司投资需求水平的影响, 并不仅仅限于其所发生的行业内部, 由于各个产业部门之间存在着密切的相关性, 它们互以对方的产品作为供求对象, 所以, 某一产业领域中技术进步的加快, 往往会带动其他产业领域的投资水平提高。总之, 只要社会生产的技术变革速度加快, 无论这种变革是全面性的还是结构性的, 都会推动公司的投资需求扩大。

(4) 投资环境

认真分析投资环境, 是做好投资决策的基本前提。对公司投资具有明显影响的环境因素主要有以下几个方面:

①政治形势。主要包括政局是否稳定, 有无战争或发生战争的风险, 有无重大政策变化等。要预测好政治形势, 必须注重了解国家的有关政策、方针、法律、规定、规划等。

②经济形势。主要包括经济发展水平、经济增长的稳定性、劳动生产率、国家经济结构和国家产业政策等。经济形势常常决定着公司投资的类型和规模。

③文化状况。主要指不同地区居民受教育的程度、宗教、风俗习惯等。公司投资时，必须要考虑是否符合该地区的社会规范。

④相关资源。原材料、燃料等各种资源对公司来说，如同食物对人的生存一样重要。公司在投资之前，必须对所需资源的供应状况、供应价格做出准确测算。

⑤相关优惠政策。指与特定投资项目有关的税收、进出口许可、市场购销等方面的优惠。

⑥投资地区的软硬件环境。公司在投资之前，还应对投资地区的地理环境、基础设施状况和相关的软件环境进行全面考察。

(5) 投资者的决策能力

投资者的决策能力是指投资者根据生产经营环境和公司经营实力，从不同的投资方案中择定公司发展方向和战略目标的能力。主要表现为下面几点：

①敏锐的捕捉能力。公司投资的机会很多，但并不是每种投资机会都对公司长远发展有利。投资者必须综合公司的目标、市场未来的走向、新技术发展状况等多方面因素，排除各种虚假信息的干扰，找准投资目标。

②灵活多变的适应能力。投资目标确定以后，尚有许多问题有待解决。这些问题可能无法解决。因此，投资者应关于借助公司员工、智囊团或外部投资咨询机构的力量，共同探讨解决问题的途径。

③决策的优化能力。在进行投资决策时，投资者必须具有扎实的财务功底和经济分析能力。善于结合公司的实际

情况，在公司投资收益与投资风险关系中寻找一种优化平衡。在决策中，作为投资者必须认识到任何一项投资决策都不会是尽善尽美的，投资者寻求的仅是一种满意解，而不是最优解。

④投资者的自检能力。投资决策付诸实施以后，主客观条件仍在不断地发展与变化。比如，出现某种新的工艺技术，就可能引起生产经营的突变。为保证投资决策能在动态环境中顺利实施，投资者应不断对自己选定的投资方案进行检测，并及时调整或修正。

(6) 投资风险

在公司投资中，风险的大小常常起着决定性作用。投资的风险性是不能准确测定的，否则也就谈不上风险了。不过，对不同投资内容的风险做大致的估测，则是可以做到的。由于投资风险随着投资过程的延长而相应增大，所以投资期越长的项目对风险的分析测算便越重要。

(7) 融资条件

投资需要耗费大量资金，尤其是规模较大的投资活动，大多数公司仅靠动员自身财力是无法完成的。所以，有无足够的融资场所，融资工具的多少，融资成本的高低，进入资金市场的渠道是否畅通灵便，以及公司本身的资金实力等，都会对企业的投资产生影响。

犹太商人认为，作为公司最为重要的投资决策者，你必须对公司投资所面临的风险以及影响这些风险的各种相关因素有一个全面而深刻的认识。否则，一旦操作失误，这把双刃剑将会给您以及你所在的公司带来巨大的损失。

NO 55

做生意总有赚有赔 取长补短继续干

犹太商人相信：胜败乃兵家常事，世上没有常胜将军。在变幻莫测的投资市场，尤其如此。这是因为，投资市场的变化太快，快得令人防不胜防，“人算不如天算”。人的精力是有限的，再能干的人也有疏忽大意的时候。因此，投资时一时出现失利的事情十分正常的。

成功的投资人都有一个良好的心态，他们能正确看待投资赚赔之间的关系。

对于在证券市场中的一些成功的投资者的心理研究发现：

成功的投资者具有以下特点：有积极的人生态度，有赚钱动机，富理财能力，勇于为结果承担责任；同时还具备风险控制和耐心是两个关键的因素。还发现，成功者对技术因素及市场有一个很好的理解，有能力做出无偏见的选择，有能力独立思考。

失败的交易者普遍具有一些特点：比如，这些交易者常常表现得非常紧张，有一种妨碍他们做出正确决策能力的特

质，他们也往往有悲观主义的倾向，常常体验着人格冲突，一旦事情趋坏时，总是责怪别人。另外，这些交易者也趋于随大流，一遇到挫折就会变得灰心丧气，极少建立一套必须遵循的规则。许多事例表明：一个失败的交易者，可能不需具备所有这些特点，只要有一两个就够了。

通过对一些成功的投资人的心理归纳分析，在他们身上往往存在一些共同的特点。这些特点归结为：

(1) 每一个成功的投资人都对市场及其运作非常感兴趣。而且，这份热爱并非仅仅因为市场提供了发财致富的机会，而是因为对工作的执迷以及由此而来的挑战。事实上，任何一个过分强调赚钱的人，极可能被这种欲望所毁灭。这种强烈的情绪必将盖过一切维持客观性的企图。一旦投资人意识到这种情况，就要考虑克服这种自然的欲望，明智的做法是，在较小的规模上先用少许的钱进

行投资或交易。只有当我们开始欣赏市场以其自身方式提出挑战之时，我们才会处于一种更富于进步性的立场之中。

(2) 差不多所有成功的投资人都是一个孤独者。证券市场的特殊性决定成功的投资人总是要求采取与大多数人相反的立场，或者与市场中大多数人的一致观点相反。当然，为了做到买低而卖高，仅仅成为一个孤独者是不够的，他们还必须是一个富于创造性、具有想象力的独立思考者。

(3) 所有成功的投资人或交易者，都有一套自己的投资理念。虽然“条条道路通罗马”，但起点却各不相同。当我们考察成功的投资者所遵循的交易和投资方法时，我们不难发现，他们的目标积累是相同的，但达到目标的道路却存有极大的差异。在实际投资中，不论投资人采用哪一种方法，只要运行良好，感觉使用方便就可以。树立起一套正确的投资理念，并真正在投资实践中加以运用，这正是成功的投资人超越常人之处。

* * * * *

(4) 自律和耐心，这是成功的投资人所具有的两个突出的心理品质。对于一般的投资大众来说，自律和耐心也是重要的，但在实际中却难以做到。自律，意味着在不断变化的市场面前，仍能坚持自己的投资原则。在短期内做到这一点是容易的，难的是充满变数的市场中，能够始终进行自我控制，不为一时的诱惑所动摇。自律也意味着减少情绪冲动，不会盲目地在市场中追涨杀跌。成功的

投资人也是一个有耐心的人，成功的市场投资者不会为交易而交易，为投资而投资，也不会仅仅为钱而进行投资。他们常常是把更多的时间用于研究而不是交易，在没有出现理想时机的情况下，他们能够极富耐心地等待，一旦时机合适，就会立即采取行动。

(5) 成功的投资人也是一个现实主义者。通常，当市场投资人采取了某个立场，他就会受到这个市场的影响，即使市场的条件已经发生了变化，也会坚持。然而，成功的投资人则不同，因为他们是现实主义者。当市场条件发生了变化，支持原先立场的理由不再存在，他们就会很快认识到这一点，并迅速改变立场以适应市场的变化。他们深知，如果一味坚持原先立场，就有可能导致损失和痛苦。在证券市场，真正是“识时务者为俊杰”。这常常也意味着，投资人要严格遵循“尽可能减少损失”的交易原则。对于大多数投资人来说，当一项投资真的变了味时，却不能勇于承认，他们会坚持抱着一个虚假的希望，认为事情将会变好，比如，当他们所投的一个股票，价格不断下跌时，他们会期待着反弹，他们会为自己寻找出一大堆理由以坚持原先的立场，像面临送红派息等。其实，这时应该多问问自己：“如果还有资金，是否仍会购买这只股票？”

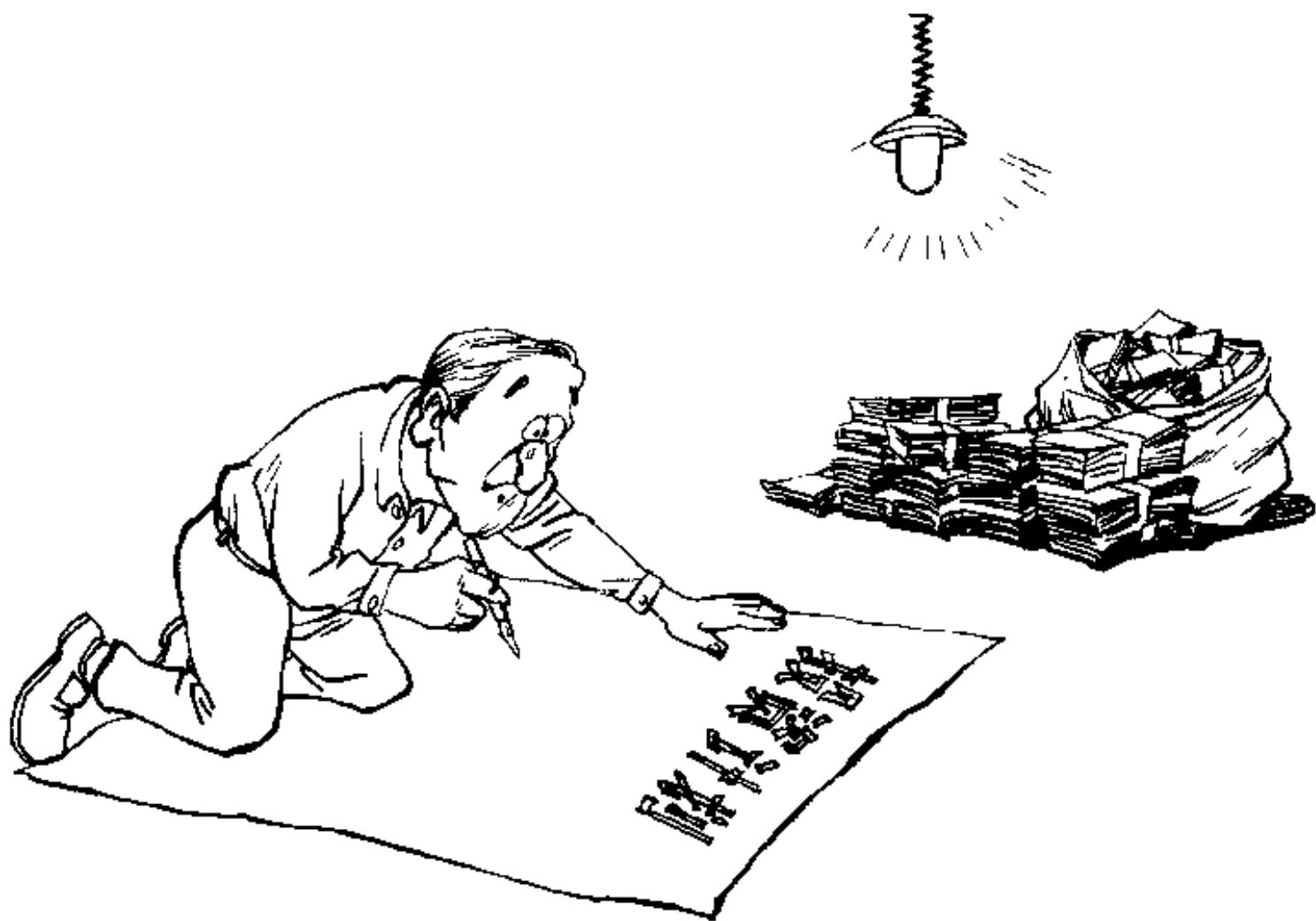
(6) 所有成功的市场投资者似乎都有一种超前思维及预测的能力。他们仿佛具有一种非凡的第六感官，能够在事情发生之前，在心理上进行预演。因此，当投资大众根据现有的条件，普遍认定市场价格的主流趋势仍将继续的时候，

182 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

这些伟大的投资者已经提前嗅到市场主流趋势将逆转的线索，并据此采取行动。问题不在于他们比普通的投资大众聪明多少，或者他们具有超人的洞察力等，而在于他们在长期的投资实践中，不断总结成功和失败的经验，能够训练有素地从即刻的行情走势中发现问题，在对未来事件进行心理预演时，所有可能发生的事件都加以考察，而不可能发生的事件则予以抛弃。因此，一旦市场的条件发生变化，他们就能够迅速地适应，并采取最为有利的立场。

犹太商人看来，投资的获利性和风险性是相生相衍的，通常获利愈高的投资，相应的风险也就愈大；但往往较高的风险常伴随着更大的回馈率。得失之间，如何判断和预测，要看投资人的心态而定了。

当然，每个人都希望能在每次的投资过程中，获取最高利益而避免身临危机，都能出奇制胜，常胜不败。要达到理想中的目标，犹太商人拟有以下几点原则：



(1) 不要把所有钞票放在同一个口袋里

当你开始实施自己的投资计划时，千万不要把所有的资金全部投注在同一商品，或者同一性质的物品上。可将资

金分散，如此，即可分散风险，也可避免血本无归。这是最安全的投资法则。

(2) 切莫跟着感觉走

● 投资市场上，常会出现某种“投资热”，这段时期什么最热门，那段时期什

么最抢手……等等市场趋势。只要有这样的热潮出现，短期内，必然有一定数量的资金聚集而不停滞。此时投资人可顺着趋势大胆投资，千万不要凭着自己的感觉逆向而行。

(3) 借用他人的智慧和经验

一个刚投身于投资市场的“初生牛犊”，面对五花八门的投资管道和投资技巧，难免会手足无措，更何况现在全球的投资商品愈来愈多样化，情报的快捷获取也非一般的投资人所能企及。所以说，想靠着个人的力量在投资市场上立足无疑是件难事。不妨把资金委托给专门机构和人才，代为决策和办理，也许比自己瞎闯更安全、可靠些。

(4) 投资房地产，找个好地段

房地产本身兼具投资、自用和租赁的功能，所以，谨慎选择好地段往往是获取丰厚回馈的关键。如交通便利的都市中心，人口流动量较高的商业区、购物区、人气旺盛的旅游区，政府的经济开发区和重点工程区……都是十分诱人的房地产投资理想地段。

(5) 知识就是风向标

当投资市场上的某个热潮开始消退

时，有人认为机不可失，赶紧跟上热潮退去的脚步狠狠地赚上一笔。尽管此时所能获取的利润通常是有限的，但它毕竟也是一个难得的机会。当然，若想赚取高额利润，还是要赶在热潮尚未形成之前，便能预测到市场走向。这种预测的本领，又取决于相关知识和信息设备的先期投入。有时，知识就是个风向标。

(6) 量力而行

每一项投资行为所带来的利润与其风险是呈正比的，高利润的背后必然隐藏着高风险；相对而言，高风险投资常能带来高利润。所以，对于一般的投资人，在资金并不宽裕的情况下，高风险投资的比例，千万不可超过本身所能负荷的能力，以确保投资安全。

犹太商人认为，不论你即将投身于或者已经投身于投资市场中，切莫忘记随时衡量自己是否有充裕资金投入，随时警惕自己不要游走于弹尽援绝的边缘。投资最忌讳的就是不顾后果的一头往里栽，这是一种危险的投资行为。所以，每个投资人都应有计划、有目标，并留有充分余地做一个胸有成竹、游刃有余的投资玩家。

NO 56

把别人的钱拿过来 摸准融资的绝窍

犹太商人为了保证发展所需资金，认为不仅需要确立经济合理的筹措渠道，更重要的是要有较强的资金筹措能力，达到较快的资本积累和积聚速度。为此，犹太商人办公司实施以提高资金筹措能力为中心的各种行之有效的战略措施，这种战略措施主要包括：

(1) 增强公司素质，提高公司的资金筹措能力

公司资金筹措能力是由公司内部经营的好坏，即由公司本身的素质决定的。其中，关键取决于公司盈利能力。如果公司素质好，经营稳定，盈利情况自然也好。像这样的公司即使是中小公司也同样具有较强的资金筹措能力。如日本有一家仅有 29 人的小公司，生产理发、美容用的化妆品，由于该公司建立自己独特的直接销售体制，详细地划分市场，不断开发新产品，获得了较高的利润。从该公司的实际情况来看，利润的增加除了可以扩大公司内部留成以外，对于

提高公司的资金筹措能力还起到了以下几个方面作用：

* * * * *

①提高公司信誉，在较有利的条件下取得银行贷款。银行在向公司贷款时，主要是根据公司的收益性和流动性，公司产品特点及其需要情况，公司贷款理由和偿还的可能性，企业的经营状况和经营能力等因素来判断是否向公司贷款以及贷多少款。如果公司经营素质比较好，利润比较高，使公司有比较高的信誉，特别是像这类公司一般都具有较好的发展前景，因此，就可以在比较有利的条件下取得贷款。如上述公司由于经营素质好，利润高，使其可以以比较优惠的条件取得银行的长期贷款。

②扩大公司影响，提高知名度，有利于公司开辟多种资金筹措渠道。公司经营素质好可以提高公司的知名度，使

企业和社会上建立起良好的公司形象，使公司可以通过各种渠道来增资，发行公司债券，扩大公司间信用等，从而有利于公司开辟多种资金供应渠道。

总之，增强公司素质是提高公司资金筹措能力的最基本的战略措施，是资金筹措战略的基础，因此，提高公司资金筹措能力的关键在于加强公司内部管理，增强公司素质。

(2) 调整公司与金融机构的关系，确保长期稳定的贷款来源

公司特别是小公司为了在有利条件下稳定地从银行取得贷款，不仅需要有良好的公司素质，同时，还要同银行建立良好的关系，这一点对于小公司来说尤为重要。实践上，小公司为在合理条件下取得银行贷款，可采取以下措施：

* * * * *

①分析金融机构的贷款方针，选择对小公司有利的金融机构。小公司在进行贷款前，一般要分析银行的贷款方针和政策，并在充分理解这些方针和政策的基础上，来选择金融机构。一般来说，在进行这种选择时的标准是：

〈1〉对小公司的事业和发展抱积极态度的；

〈2〉对小公司的产品开发和工艺改革热情支持的；

〈3〉贷款利率较低，不要求过多担保的；

〈4〉能对小公司进行经营指导的；

〈5〉分支机构较多，比较方便的，资金成本较低的；

〈6〉只要小公司能保证偿还贷款，可以为小公司承担风险的。通过上述标准选择的金融机构，不仅能向小公司提供贷款，而且还能对小公司的管理进行扶植帮助，使小公司得到更多的好处。

②同银行建立良好的稳定关系。在选择银行以后，就要同银行保持长期稳定的关系，而保持这种关系的基础则是加强同银行的联系，加深对银行的了解。

(3) 制定灵活的资产筹措政策，适应外部经济环境的变化

公司所处的经济环境是不断变化的，在这种变化中，受影响最大的是小公司。如小公司经常被当作金融的“调节阀”，在金融紧缩时减少对小公司的贷款，反之，增加对其贷款。在这种情况下，小公司就需要采取灵活的资金政策，适应外部环境的变化。为此，小公司所采取的主要政策是：

①制订长期的资金筹措计划

一般来说，在经济繁荣发展时期，小公司往往提出公司扩建计划，并且也能比较容易地得到公司发展所需的资金。但是，一旦遇到经济萧条或金融紧缩，小公司往往难于得到资金，不得不停止扩建项目，从而使小公司遭受更大的损失。为此，就需要小公司从长期着眼，在预测未来的人口增加、市场变化、技术革新发展的基础上，制订与长期经营计划相适应的资金计划，使公司能有一个比较稳定的资金来源。

②实现利润的稳定化

如前所述，公司资金筹措能力的大小，关键取决于公司的盈利能力，但是，

小公司往往受经济环境变化的影响，使其利润也大幅度变化，从而削弱了小公司的资金筹措能力。在这种情况下，公司为了实现利润的稳定化，除了采取各种措施保证经营的稳定发展，还采取各种财务上的处理方法，实现利润的均衡化。其具体方法是：

* * * * *

〈1〉设备维修费用的处理。在经济繁荣公司利润增加时，增加维修费，而在经济萧条公司利润减少时，减少维修费。

〈2〉折旧费的处理。在经济繁荣采用新设备时，往往采用定率法提取折旧费，而当设备使用一段时间后，则采用定额法。此外，为了实现利润均等化，往往采用产量比例法，即按产值和产量提取一定比率的折旧费。

〈3〉盘存资产的评价。盘存资产的评价方法对公司利润的多少有着较大的影响。例如，当公司采用先入后出法时，在繁荣时，使公司利润增加，而萧条时，则使公司利润下降。为此，公司采取后人先出法，对公司利润进行调整，效果比较明显。

〈4〉设定各种准备资金。如设定价格变动准备资金、呆账准备金、分红准备金、退职津贴准备金，通过这些准备金的设定，也可以调整公司的利润情况。

总之，小公司通过资金筹措战略来进行资本积累和积聚的核心是通过公司内外环境的分析，确定最佳的资金筹措方式和资金筹措渠道，以保证资本积累积聚的经济性、合理性、方便性和安全

性。

犹太商人认为，融资要讲策略，主要有：

（1）应量力而行

私营公司筹资都有其代价，这是市场经济等价交换原则的客观要求。正由于此，私营公司在筹资过程中，筹措多少才算适宜，这是私营公司管理者必须慎重考虑的问题。筹资过多会造成浪费，增加成本，且亦可能因负债过多到期无法偿还，增加私营公司经营风险；筹资不足又会影响计划中的正常业务发展。因此，私营公司在筹资过程中，必须考虑需要与可能，做到量力而行。

（2）筹资成本应低

筹资成本指私营公司为筹措资金而支出的一切费用，主要包括：①筹资过程中的组织管理费用；②筹资后的占用费用；③筹资时支付的其他费用。私营公司筹资成本是决定私营公司筹资效益的决定性因素，对于选择评价私营公司筹资方式有着重要意义。因此，私营公司筹资时，就要充分考虑降低筹资成本的问题。

（3）以用途决定筹资方式和数量

由于私营公司将要筹措的资金有着不同用途，因此，筹措资金时，应根据预定用途正确选择是运用长期筹资方式还是运用短期筹资方式。如果筹集到的资金是用于流动资产的，根据流动资产周转快、易于变现、经营中所需补充的数额较小，占用时间较短等特点，可选择各种短期筹资方式，如商业信用、短期贷款等；如果筹集到的资金，是用于长期投资或购买固定资产的，由于这些

运用方式要求数额大，占用时间长，应选择各种长期筹资方式，如发行债券、股票，私营公司内部积累、长期贷款、信托筹资、租赁筹资等。

(4) 保持对私营公司的控制权

私营公司为筹资而部分让出私营公司原有资产的所有权、控制权时，常常会影响私营公司生产经营活动的独立性，引起私营公司利润外流，对私营公司近期和长期效益都有较大影响。如就发行债券和股票两种方式来说，增发股票将会对原有股东对私营公司的控制权产生冲击，除非他再按相应比例购进新发股票；而债券融资则只增加私营公司的债务，而不影响原有所有者对私营公司的控制权。因此，筹资成本低并非筹资方式的惟一选择标准。

(5) 要有利于私营公司竞争能力提高

这主要通过以下几个方面表现出来：

①通过筹资，壮大了私营公司资本实力，增强了私营公司的支付能力和发展后劲，从而减少了私营公司的竞争对手；

②通过筹资，提高了私营公司信誉，扩大了私营公司产品销路；

③通过筹资，充分利用规模经济的优势，增加了本私营公司产品的占有率。私营公司竞争力提高，同私营公司筹集来的部分资金的使用效益有密切联系，是私营公司筹资时不能不考虑的因素。

(6) 筹资风险低

私营公司筹资必须权衡各种筹资渠道筹资风险的大小。例如，私营公司采用可变利率计息筹资，当市场利率上升时，私营公司需支付的利息额也会相应

增大；利用外资方式，汇率的波动可能使私营公司偿付更多的资金；有些出资人发生违约，不按合同注资或提前抽回资金，将会给私营公司造成重大损失。因此，私营公司筹资必须选择风险小的方式，以减少风险损失。如目前利率较高，而预测不久的将来利率要下落，此时筹资应要求按浮动利率计息；如果预测结果相反，则应要求按固定利率计息。再如利用外资，应避免用硬通货币偿还本息，而争取以软货币偿付，避免由于汇率的上升，软货币贬值而带来的损失。同时，在筹资过程中，还应选择那些信誉良好、实力较强的出资人，以减少违约现象的发生。

同时，犹太商人认为融资要注意“三忌”：

(1) 不要弄虚作假

有些私营公司老板，为了及时的获得自己所需的资金，往往不择手段。弄虚作假，是他们常用的手段之一。

其实，弄虚作假的人只是在耍小聪明，很容易被别人识破。而一旦识破之后，不仅借不到所需的资金，也影响了自己的声誉，对于以后的融资也极为不利。

(2) 不要融而不投

融资的目的是为了投资，使公司的规模扩大，增加利润，而决不是为了挥霍享受或者其他。

然而，有些老板却根本没有这样做。

请老板们务必记住，融资而来的钱是不能轻易花掉的，更不能挥霍和浪费。借来的钱在使用时要慎之又慎。

因此，老板应当规定专款专用。如

188 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

果总是挪用他用的话，还不如不去融资，免得白白浪费了心血。

(3) 不要贪得无厌

很多老板总想能够筹集到更多的资金，盲目相信融资越多越好。实际上，

这是一种不正确的想法。对于老板而言，在融资时应当遵循“需要多少，便融多少”的原则，只要能够满足自己投资需求就可以了。在融资时如果贪心太重的话，是没有什么好处的。



第八章

攒钱术：让自己成为铸造金库的高手

拖延昨天的工作，是最可耻的事。

——犹太商人的金钥匙

犹太商人的富脑袋

犹太人把时间看得如此重要，在工作中也往往以秒计算，分秒必争。一旦规定了工作时间，就严格遵守。下班铃声一响，即使是打字员，他们只要再花几秒钟时间再打10个字就能完成的一件公文，他们也不再打而下班。强烈的时间观念提高了他们的工作效率，而把时间和商品对等，使盗窃时间就像偷取别人金柜内的金钱那样可耻。

NO 57

浪费时间就等于浪费金钱 不要盗窃时间

犹太人的攒钱是从攒时间开始的，因为对他们来说，时间就是真正的金钱。所以，浪费了时间就等于无端地浪费金钱！这对犹太人来说是绝对要不得的。他们对自己的时间，可谓是精打细算了！晤谈要预约日期和具体时间，甚至从某时某刻起到某时某刻结束都规定得一清二楚，晤谈时不许有迟到或超延时间之事，处理函件时一律谢绝会客，以充分利用时间。甚至到年老时，他们便开始细细地估算自己还能活多久，以便确定自己还能赚多长时间的钱，还能享乐多久！

犹太人把时间看得如此重要，在工作中也往往以秒计算，分秒必争。一旦规定了工作时间，就严格遵守。下班铃声一响，即使是打字员，他们只要再花几秒钟时间再打 10 个字就能完成的一件公文，他们也不再打而下班。强烈的时间观念提高了他们的工作效率，而把时间和商品对等，使盗窃时间就像偷取别

人金柜内的金钱那样可耻。

因此，盗窃时间带来的金钱损失，在犹太人心中是算得很清楚的。有位月收入 20 万美元的犹太富商曾经算过这样一笔账：他每天工资为 8000 美元，那么每分钟约为 17 美元。假如他被人打扰，浪费了 5 分钟的时间，那就相当于被窃现款 85 美元。

因此，犹太人在工作时从来不作无聊的会客，不允许任何外人的打扰。而外人即便是业务上的联系，也必须事先有所约定，不速之客在犹太人的商务活动中，几乎等于不受欢迎的人。有这样一件事可以明白地反映犹太人的这种心态：

日本某著名百货公司宣传部的一位年轻职员，曾经为了进行市场调查，来到纽约市。当他想到自己应该有效地运用自由时间，就直接跑到纽约某个著名犹太商的百货店，贸然叩开了该公司宣传部主任办公室的大门，向门房小姐说

192 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

明来意。

门房小姐问：“请问先生您事先预约好时间了吗？”这位青年微微一愣，但马上滔滔不绝地说：“我是日本某百货店的职员，这次来纽约考察，因我对工作特别热心，特意利用空闲时间，来拜访贵公司的宣传部主任。……”

“对不起，先生！”小姐打断了他的话说。

就这样，这位职员被拒之于冰冷的大门之外。

这位职员利用余暇，主动地访问同行，从某个角度看，接受拜访或许能够获得某些收获。但犹太人不假思索地拒绝了他，为什么呢？这仍然和前面说到的“勿盗窃时间”的警言有关。对于贯彻“时间就是金钱”的犹太人来说，在工作时间里，放弃几分钟而跟一个根本没有把握的“不速之客”去谈判，这是行不通的。犹太人从来不做没有把握的生意，因此，“不速之客”在犹太人看来是妨碍他们工作的绊脚石，只有拒绝他，才能让自己的工作畅通无阻，直奔“时间就是金钱”的主题。

因此，犹太人在商务活动中十分注意时间安排。公司每天上班开始的1小时内，是所谓的“发布命令时间”，把昨天下班后至今天上班前所接到的一切业务往来的材料或事务进行处理或作出具体安排。在这段时间里，禁止任何外人来打扰，而外人即使是商业上有往来的，也必须事先约定好。

在犹太人的思想观念里，预约不但意味着时间的约定，而且意味着时段的约定。例如：客人在上午10点至10点15

分前来洽谈某一业务，时间一到，就请自动起身。犹太人为了把会谈时间尽量压缩，通常见面后，开头谈些“今天的天气真好，哈哈”之类的寒暄，随即直奔主题。一般的客套，在犹太商人看来都是毫无意义的，都是在浪费生命，除非他觉得和你客套能获得某种好处，他才会与你客套一番。

值得一提的是，表面的客套只是犹太商人对待时间的一般态度，当时间可以直接变成金钱时，犹太商人对时间的态度就会表现出与众不同的热爱。

* * * * *

哈同洋行出租房屋和地皮时，租户不但需要提前交租金，还要交纳巨额小租。所谓小租就是一次性的起租费，由哈同创设的这种收小租的做法，日后成为上海流行的计租方式。比如，1927年2月，华新公司向哈同租赁南京东路394号店面一间，在合同上规定，在订立合同之日先交纳第一个月的租金为900两银子和6500两银子的小租，然后才能承租。而实际租期则从当年6月开始。这样，洋行提前4个月得到了7400两银子，可以用于再投资。

哈同非常重视收租金的日期，他要求租户必须如期交纳租金。他专门雇了10多个收租员收租。即便有了专人收租，一旦有租户没有如期交租的，他会亲自坐上汽车上门催讨。甚至当他已经成为拥有百万英镑的大富翁之后，如遇这类未如期交租的情况发生，他也会第二天就找上门去。有时，只为区区十几元钱

的租金，他也会穿过小弄堂，走进破旧的老式房子，踩着吱吱作响的狭窄楼梯，敲开房门，亲自催讨。倘若他来的时候，户主正好不在，那么他会在灶屋（即厨房）里等上几个钟头。旧上海老房子灶屋的杂乱、邋遢和异臭，同他百万富翁的形象构成了极其醒目的反差。哈同因其如此执著的态度，而被人戏称为“终身致力于收租”的人。

犹太商人在收取别人的租金和贷款时，最好提前得越早越好，而在付给别人的贷款时，则想方设法给以拖延。不过以犹太人的重信守约习惯，他们在具体做法上还是有分寸的，很少叫别人抓住把柄。

由初到伦敦时一文不名的穷小子而成为日后南非首富之一的犹太钻石商巴奈·巴纳特，最初是带着40箱雪茄烟作为创始资本来到南非的。他把这些雪茄抵押给探矿者，获得了一些钻石。从这开始，短短几年时间里，巴纳特成了一个富有的钻石商人和从事矿藏资源买卖的经纪人。

巴纳特的赢利是周期性变化，每星期六是他获利最多的日子，因为这一天银行较早停止营业，巴纳特可以尽兴地用支票购买钻石，然后在星期一银行重新开门之前将钻石售出，以所得款项支付货款。

这种办法说穿了，差不多等于开空头支票。巴纳特借银行停止营业的一天多时间，“暂缓付款”且又不会让自己的空头支票给打回来，只要他有能力在每个星期一早上给自己的账号上存入足够兑付他星期六所开出的所有支票，那他

就永远没有开“空头支票”。所以，巴纳特的这种拖延付款，纯粹利用了市场运行的时间表，在没有侵犯任何人的合法权利的前提下，调动了远比他实际拥有多得多的资金。

巴纳特对时间的精打细算如此别出心裁，甚至让其他犹太人也感惊奇，当时南非的犹太商人大多对巴纳特的做法不甚赞同。不过平心而论，只要巴纳特没有让卖主在星期一上午收不回款，谁也不能对他说什么，而只能服膺于这个犹太商人的“精明”。

犹太人对时间的观点是如此，那么怎样合理利用时间也是犹太人同样关心的问题。

根据“时间就是金钱”这句警言，犹太人提出“勿盗窃时间”的口号！在犹太人看来，时间和商品一样，是赚钱的资本，可以生殖利润，因此盗窃了时间，就等于盗窃了商品，也就是盗窃了金钱。所以，换一个角度来说，“盗窃时间”不仅仅是关系到赚钱问题，还关系到经商礼貌问题。所谓“勿盗窃时间”即是犹太人告诉我们要不要去妨碍他人的一分一秒。

犹太人把时间看得那么重，是有其道理的。时间是任何一宗交易必不可少的条件，是达到经营目的的前提。与对方签订合同时，要充分估计自己的交货能力，是否能按客方要求的质量、数量和交货期去履行合约。如可以办到，就与其签约，如办不到，切不可妄为。

时间的价值还显示在赶季节和抢在竞争对手前、获取好价格和占领市场方面。在竞争激烈的市场中，谁能在一个

194 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

市场上一马当先，以质优款新的产品问世，谁就必能获得较好的经济效益。如电子手表，刚上市时每块售价几十美元乃至几百美元。曾几何时，当许多竞争者推出同类产品时，其价值一落千丈，每块售价只有几美元。又如人们日常的必需品蔬菜，在反季节时售价数倍高于盛产季节。为什么会出现如此大的反差呢？这显然是“时间”的价值。

时间的价值还表现在生意的全过程。一个企业的经营效益的高低，与其费用水平的高低息息相关。根据众多的企业核算，其经营费用中有 70% 左右是花费在占用资金的利息上。如一个企业一年

的营业额为 10 亿元，其资金年周转率为两次，言下之意，该企业每年占用资金为 5 亿元。按通常的银行利息为 12%（年息）计算，一年共支付利息达 6000 万元。如果该企业能把握一切时间和进行有效管理，使资金周转达到一年 4 次，那么，其支付的利息就可节省 3000 万元，换句话说，该企业就可多盈利 3000 万元了。除此之外，加快货物购入和销出，加快贷款的清收等，都体现出时间的价值。

中国有句俗语：“好钢要用在刀刃上。”意思是说，要充分合理地使用各种东西，特别是贵重的东西。



对时间的极端重视，使犹太人在处理时间问题上是十分认真的。犹太人对时间的理解也是很有趣的。藤田先生讲过一段这样的事：



他开了四间肉馅面包店铺，生意很好，为了扩大经营面，他计划再开第五家卖肉馅面包的店铺。有一天，当他正忙着筹划此事时，来了一位犹太朋友。

他以悠闲的神情问藤田先生：“藤田兄！我看你近来正闲得要命吧！”藤田先生有点不高兴地说：“别开玩笑，我哪来的空呢？”“不对！藤田兄！你确实确实有空！”“没有，根本没有！”藤田先生生气了。他的朋友却说：“噢？如果说真的没空，怎么能同时经营四家店铺，并且又计划开第五家店铺呢？当然是有空的结果了！”一番解释，使藤田先生哑口无言，一时找不到反驳的理由。

他的朋友说得的确没错！如果没有时间，当然不会经营这么多家的店铺。在犹太人看来，要赚钱，首先得有赚钱的时间。犹太人的这一“空闲”时间论是够新颖独特的了！犹太人太聪明了，

难怪藤田先生无言以对。

犹太人认为一个商人要赚大钱，首先要考虑好如何合理地利用时间。有的人认为时间很多，有的人却觉得时间很少，其实时间对每一个人来说都是平等的。一样长的时间，看你怎样利用。鲁迅先生曾经说过，时间如同海绵里的水，只要愿意挤，点还是有的。商人的时间也是如此，要想赚钱，首先就得挤出一些“空闲”的时间，来集中精力于经商上。会赚钱的商人，是很能精打细算地安排时间的。

所以犹太人说，要赚钱，就要考虑时间的运用！别让空闲的时间浪费！

No 58

操纵“心理暗示术” 让顾客跟着感觉走

犹太商人最善于凭借“心理暗示术”，来实现自己推销产品的目的，因为他们明白暗示的最大好处是，暗示者什么也不需要允诺，而受暗示者就会自己给自己作出种种“投己所好”的允诺。但既然是自己的允诺，事后就只能怪他自己，而丝毫牵涉不到暗示者。

对于这种暗示战术，犹太人自己有个笑话，很典型。

* * * * *

借模棱两可的暗示来策动对方。在现实生活中，会用这种手法的犹太商人也多有发现，美国犹太实业家路易·E·沃尔夫森就是一个例子。

沃尔夫森是一个移居美国的犹太旧货商的儿子，在 20 世纪 50 年代和 60 年代时，被誉为金融奇才。他的实业道路是从负债经营开始的。他向人借了 10000 美元，买下一家废铁加工场，把它办成

了一个赢利很高的企业。才过 28 岁，沃尔夫森的财产就突破了百万美元的大关。

1949 年，沃尔夫森以 210 万美元的价格，买下了首都运输公司，这是设在美国首都华盛顿特区的一套地面运输系统。沃尔夫森有能力把亏损的企业办成高赢利的企业，这是大家都知道的。但这一次，还没来得及做到这一点，沃尔夫森就公开宣布，公司将要增发红利。诸如此类的手法本身并没有特别出奇的地方，只是沃尔夫森发放的红利超过公司这一段时间里的赢利。这等于说，他以贴出公司老底的办法，来人为制造企业高赢利的假象，借此策动人心，让公众产生对该企业的过高期望。

果然，首都运输公司的股票在证券市场被大家看好，价格一路上涨，趁此机会，沃尔夫森将其手中的股份全部抛出，仅此一举赢利竟达 6 倍。

沃尔夫森兴办的梅里特—查普曼和斯科特公司是 60 年代兴起的新的实业形

式，“联合大企业”的第一个，所以被人称为“联合大企业”之父。他曾是美国薪水最高的经理之一，完税前的收入为一年 50 万美元。

沃尔夫森的实业王国当然不是完全靠策动人心建立起来的，但也不可否认，策动人心确实加快了其形成过程。

每个人都有一道心理防线。在他神智清晰的时候，职业刺探者也束手无策。

“怎么办？”

“将他击昏。”心理学家的回答肯定让你吃惊不小。

事实上，并非真正去把消费者打昏，而是对他们进行心理催眠，让他们“神智不清”，甚至“休克”过去。

* * * * *

催眠的方法很多，暗示是其中较为有效的一种。暗示过程实际上是使人不发动自己判断力，陷入某种精神状态（头脑不思维）或采取某种行动（下意识的行动）。

催眠可以强化回忆的能力，使人想起意识以久的往事。例如，一位男士经过催眠之后，竟能将 20 年前的汽车广告词一字不漏地讲出来。

玛莉小姐经服务小姐的暗示（“这件衣服很不错”），就不假思索地买下了衣服。

例如，一家电影院放映过程中，突然插入了一段冰淇淋广告，时间很短，一晃而过，观众还没有意识到是怎么回事时，广告已经消失。但在潜意识之中却留下深刻印象。看完电影之后，大家

都到剧院门外的售货亭买冰淇淋，效果极佳。这则广告对于人们的购买行动起到了暗示作用。

可口可乐公司也用过这种方法，结果发现，影院旁的可口可乐销量提高了 18%。

每一个人都很容易受到暗示的影响。例如，消费者看到维他命的广告词“疲倦是疾病的开始”，就会受到“我是不是病了”的暗示，于是就感到愈来愈疲倦，只好遵从广告宣传，服用那种维他命，疲劳就自然消失。也许消费者根本就没有疲倦，只是由于暗示的影响而产生了这种幻觉。

哪些人更容易受暗示影响？女性容易受到暗示的影响，男性一般比较理性，不易受影响。

所以，以女性为对象的商品，利用这种暗示效果一定不凡，如“乌溜溜的秀发谁不爱（洗发精）”、“让你提前下班（化妆品）”。一句“味道好极了（雀巢咖啡）”，更是让国人皆大欢喜。

按年龄来讲，年轻人较易受到暗示的影响，特别是儿童。

某家食品公司，印制了一些儿童玩具画册，与一般画册一样，只是在每页的左下角若无其事地印有自己的商标图案，这些图案，在幼儿的脑海中留下深刻的商标印象。儿时的记忆对于将来的购买行为会产生一定的影响。其他如赠送有商标的汽球、广告儿歌等。一些开发儿童智力的产品，对孩子及其父母都有一定的暗示。下次见到商品时，会有购买的冲动。

暗示不是随便说的，需要讲究策略。

198 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

暗示过程一般经历两个阶段。

首先使消费者产生某种想法，然后再根据想法而采取行动。针对不同的商品、不同的人应采取不同的策略：

例如我们常见的一种暗示叫命令性策略暗示。

这种策略是使消费者直接了解内容和目的，使他们产生某种危机感，迫使自己采取行动。如“数量有限，欲购从

速”，“紧急行动，除夕大赠送”，“清仓大甩卖”以及“放血”、“跳楼”之类的暗示。

命令性策略要求暗示语言精练。

现代生活都非常紧张，消费者没有时间去考虑你为什么甩卖，因此，这种暗示要让消费者产生条件反射，“跳楼大甩卖”会使消费者想到降价甩卖，于是就会产生购买的冲动。

NO 59

从无到有，从小到大 把每一次生意做到位

犹太商人提倡做生意不能太滥，要想从无到有，从小到大地攒钱，必须把每一次生意做到位，然后再为下一次生意开路。那么怎样从无到有，从小到大呢？

孔菲德，曾被人称为美国股海“空手道大师”，自幼家境贫寒，父亲的早亡，给这个孤儿带来了巨大的痛苦，但也培养了他奋发图强的秉性。

他在大学毕业后的最初几年，并未显示出他过人的商业智慧，相反，他对金钱的憎恨倒叫人们难以理喻。

1954年，他告别了费城，只身漂泊到了纽约，找了一份“互助基金”推销员的工作。

互助基金这一行，在战后正拼命地扩展，这有如今日中国的期货经纪，他们到处搜罗推销员。在街上，几乎是任何会讲英语和会笑的人，都在他们欢迎之列。召来后，加以短期培训，就出去推销基金股票了。

孔菲德就这样稀里糊涂地开始了他一生的鸿图大业。

互助基金一般由股东提供，股东将这笔资金集中起来，然后投资于股票，这比自己玩股票要保险得多。就个人来说，谁能看透变化莫测、瞬息万变的股市呢？

推销员的佣金是从投资人资金中提取的，因而孔菲德在受训时，他的推销员老师告诉他不管股票行情如何变化，即便是顾客们赔钱，对于推销员来说并没有什么大关系。

孔菲德最初的老板是纽约一家投资者计划公司（后来这家公司为孔菲德所拥有的公司所收购），孔菲德并不想长期做推销员生意，这对他来说只是一个跳板。

孔菲德起初是为投资者公司推销股票，工作之余，他花了很多时间去研究基金的财务组织和管理。

不久他就发现：互助基金犹如一座

200 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

金字塔，金字塔的最底层是基层推销员，往上是推销主任，再往上是地区和全国性的高级推销员，而高高在上的当然是互助基金的经理们。凡上面的一层均有从其属下的佣金中提成的权力。

孔菲德因此看到了推销员这一领域外更广阔的“天地”。他觉得自己羽翼渐丰，应该冲破现有环境的束缚，到更广阔的天地去闯一闯。

1955年，经公司允许，孔菲德自费去了巴黎，当时欧洲许多国家政府禁止本国公民购买美国的互助基金股票，以免本国资本以这种方式流向美国。看来向欧洲公民推销股票这条路已行不通了。

经过观察，孔菲德发现了欧洲这个禁区中的“新大陆”——美国的侨民市场。

当时的欧洲各国到处都有美国的驻军、外交人员和商人，他们大部分都在此已居留相当时间，因此，都是携眷前往。他们的薪资都渐渐地进入了欧洲的经济圈子。

这些美侨有很多余钱，他们有很多人都读到关于华尔街空前繁荣的报告，但由于远居异国，又没有一条方便之路，可以让他们将资金投于美国股票市场上。

而今，孔菲德的出现，正好与侨民的愿望不谋而合，真乃是天赐良机。

孔菲德经过广泛游说，卖了很多投资者计划公司的股票，为公司和他本人赢得了巨额利润。

孔菲德赢得了声誉，向他投资的人渐渐增多，他想这足以证明在海外存在着一个广大而富足的市场。当然，这种市场就目前而言，还是潜在的，还需要

去开拓。至此，孔菲德野心勃勃，他现在已不再满足于从前的投资者计划公司了。

孔菲德注意到了一家新的公司——垂法斯基金公司。

这家公司当时的基金股票销路很好，比投资者计划公司拥有更广阔的市场。于是他毅然做出决定，脱离投资者计划公司，加入更有名气的垂法斯公司。

随后，孔菲德写信给垂法斯基金公司，谈论了他发现的欧洲市场情况，并提出了一个快速开发统计报告，要求垂法斯委派他担任欧洲总代理。

这一建议很快送到了垂法斯的高层决策群中，他们反复研究讨论之后，一致认为这项计划对垂法斯的发展非常有利，如果成功就可以扩大经营范围，打开国际市场的局面。于是孔菲德的要求很快就被答应了。

不久，孔菲德成立了自己的销售公司，并给它取了一个响亮的名字——投资者海外服务公司（简称IOS）。

开始时他自己一个人推销垂法斯股票，然后他招聘了许多推销员，这种安排是互助基金的标准组织方式：孔菲德可以从每一个推销员的每笔交易中提取1/5的佣金。

随着推销员队伍的继续壮大，孔菲德从佣金提成的收入颇高，他已无需自己亲自去推销了，开始专心于训练新的推销员，健全他的代理机构并开拓更广阔的基金市场。

IOS以惊人的速度成长着。到50年代末，它已拥有100个推销员，他们的足迹踏遍世界各大洲的许多国家。他的推

销员队伍壮大到孔菲德一人难以控制的地步。

于是他就一层层地增设中间机构，原来他的推销员被提升为推销主任，他们就有权拥有自己的推销员并从佣金中提成。

而当推销主任的推销员太多时，他又设立了次一级的中间机构，自己的地位也上升了一级。

就这样，孔菲德也建立了金字塔般的组织，这回他已距离金字塔塔尖不远了。



他一层层地从每一个属下身上提取他应得的那部分佣金。

到1960年，孔菲德已净赚100万美元，而他自己从未投入一分一厘的资金，实际上他不是“一本万利”，而是“无本万利”的空手道高手。

孔菲德手中拥有了雄厚的资本，加之公司声名鹊起，于是，他采取了在互助基金这一行中石破天惊的一步——成立了他自己的互助基金公司。

孔菲德的第一家互助基金，名叫国际投资信托公司（简称IIT）。公司在号称是“自由中的自由市场”的卢森堡登记。基金的通讯地址和实际经营的总部依然在瑞士，和IOS在一起。

孔菲德的那些熟练而有冲劲的推销员们，能使一般潜在的客户获得一个印象，即IIT是一家以瑞士为基地的殷实可靠的大公司，IIT股票销售的情况就如股市繁荣时的热门股票。一年以后，该公

司已获得其投资者投入的 350 万美元，基金继续不断地增长，直到最后增长到将近 7.5 亿美元。

长期以来，孔菲德对他只能向美国公民推销的限制，一直感到气恼。

50 年代末期，有几个国家的政府抱怨 IOS 的推销员（也许并未得到孔菲德的支持），私下违背这个规定，而大批地将垂法斯的股票，通过银行和以货币交换的方式，卖给非美国公民。

孔菲德现在决定要设法使这一限制一国一国地解除。

他去见每一个国家的财政当局，说：

“你们现在担心资金流出贵国，对不对？好吧，我告诉你们我的做法。我的新基金 IIT，将投入一部分资金，购买贵国企业股票。但你们要准许我向贵国人民推销基金股票，作为交换条件。”

他一国接一国地说服了对手。

他就是这样一步步地使自己从推销员、推销主任、超级推销员，到了老板的地位，已登上了互助基金的金字塔塔尖，他的财源滚滚而来。

随后，孔菲德又在加拿大注册登记了“基金的基金”公司后财源又一步开阔。

接下来，他首先把注意力转向了金融中心——华尔街。

众所周知，华尔街股市一直是誉满全球的，它的许多热门股票都是抢手货，孔菲德只有跻身其间，才能有用武之地。

于是，孔菲德和他的助手们又想出了一个绝妙的主意。

美国的法律，由公众拥有的投资公司只做多层基金的生意，而个人拥有的公司则不受这种限制。这样，如果本公司成立只有一个股东的“基金的基金”公司，这就合乎个人公司的定义；这种私有资金也就可以在美国公开经营而不受干涉。说穿了，他就是在华尔街设立一个公司办事处，这对长期不能在华尔街和美国其他各地立身的国际投资信托公司来说，更是一举两得。

就这样，一个接一个的私人基金成立起来，它们对任何股票都大胆投资，从炙手可热的热门股票到令人望而却步的冷门股票，从房地产投资到北极石油探测，他们都插上一手，从中捞到不少好处。

这样，“基金的基金”已经不仅是一个投资于其他基金的超级基金组织，而更是一个受少数大亨操纵的公司，他们无所顾忌地从事着一连串的投资冒险事业。

他的一生大部分时间都是默默无闻，但到了 20 世纪 60 年代，经过十几年的发展，孔菲德脱颖而出，一下子成了美国股票巨星。

犹太商人竭力把每一次生意做到位其要术是一步一步从无到有，从小到大，绝不轻易放弃。。

No 60

判断准，才能不失手 走每一步棋都要求稳

犹太商人讲究经商的稳中取胜，因此“判断准，才能不失手”，是他们恪守的生意经。

1917年，约瑟夫17岁，他不再受雇于人，虽然倾其所有他只有255美元，但是他要开创自己的基业了。

*** **

常言道，万事开头难，可是在他这里似乎失灵了。不到一年，他炒股一帆风顺，赚了16.8万美元。“天将降大任于斯人也，”被胜利冲昏了头脑的他由于买下了大量的因战争结束而暴跌的雷卜瓦那钢铁公司的股票，转眼又赔得只剩下4000美元。两天来，他把自己关在屋子里蒙头大睡，两天后，他想通了，股市行情变幻莫测，受各种各样的因素影响，自己虽然有股票知识，但其他知识还是非常缺乏的。于是，他有空就涉猎各种

书籍，遍访各路炒股高手。他没有被困难所吓倒，他想，现在总比初涉股市时的本钱多，一定要干下去。

犹太人就是犹太人，在金钱方面是很有天赋的，约瑟夫这个犹太人的子孙在股海中不久就恢复了元气，开始重振乾坤了。1924年，他发现未列人证券交易所买卖的某些股票实际上是有利可图的，这些股票不被某些大亨们所看重，因为它们利润不大，但风险极小，他就把精力放在这些股票上。开始时资金不够，他就和别人合资经营，不到一年，他就开设了自己的证券公司——贺喜哈证券公司。到1928年，他就成为股票大经纪人了，每月收益达28万美元。那年他才28岁。在当时的金融业中，一个初出茅庐的小伙子就拥有这样一方领地，的确不多见。

1929年，随着美国经济的潮起潮落，纽约的股票交易变得像3岁小孩的脸，阴

204 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

晴不定。春天，人们都似乎发高烧了，连牙医都跑去做股票生意。股票交易轰轰烈烈，一浪高过一浪，股价也像疯了一样愈炒愈高。他分析了形势，认为这是经济危机的前兆，于是很快将自己手中的股票抛出。不久，经济危机爆发，股价大跌，仅此一项他就净赚了400万美元。同时，他又做了一系列快速迅捷的

短线交易。当人们诚惶诚恐把股票像抛洒废纸一样抛出时，他又有选择地开始悄悄买进，这次买进的股票，在他手中握了两年，直到美国经济开始好转股价开始回升后，他才开始抛售。在这次经济危机中，许多人赔了，他却稳赚不赔，这都得益于他准确的判断分析能力和超人的胆量。

NO 61

高级投手都会看准方向 投资是一种更高明的理财

犹太商人爱打这个比喻：用无底的水桶汲水时，水并不会完全漏掉，还可以剩下一点点，用那些把一点点水积存起来一样的方法来存钱的话，一定可以变成富翁的。这的确是个很好的忠告。

· 很多人都会认为自己收入太少，也不会变成富翁的。有这种想法的人，假使他的收入很多，也不会变成富翁的。因为他们根本不懂得重视小钱的道理。听说愈有钱的人对小钱愈在意，而穷人常会认为“那么有钱的人，怎么对一杯咖啡那么吝啬呢？”可是我们应该想到，如果他没有那种吝啬的精神，也就不会变成富翁了。

抱有“船到桥头自然直”的得过且过之心来理财，是个人理财最普遍的障碍，也是导致一般人面临退休时，经济仍无法自立的主因。许多人对于理财抱着得过且过的态度，总认为船到桥头自然直，随着年纪的增长，眼见别人的财富逐渐成长，终于警觉到理财的重要性，

此时才开始想理财，这已为时晚矣。

很多年轻人总认为理财是中年人的事，或有钱人的事，到了老年再理财还不迟。在此要再次提醒读者，理财致富，与金钱的多寡关连性很小，而理财与时间长短之关连性却相当大。人到了中年面临退休，手中有闲钱，才想到要为自己退休后的经济来源作准备，此时却为时已晚。原因是，时间不够长，无法让小钱变大钱，因为那至少需要二、三十年以上的时间。十年的时间仍无法使小钱变大钱，可见理财只经过十年的时间是不够的，非得有更长的时间，才有显著的效果。

既然知道投资理财致富，需要投资在高报酬率的资产，并经过漫长的时间作用，那么我们应该知道，除了充实投资知识与技能外，更重要的就是即时的理财行动。理财活动应越早开始越好，并培养持之以恒、长期等待的耐心。

今天导致我们理财失败的原因，是

206 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

不知如何运用资金，才能达到以钱赚钱、以投资致富的目标。这是我们教育上的缺失，我们的学校教育花大量的时间教给学生谋生技能，以便将来能够赚钱，但是从不教导学生在赚钱之后如何管钱。大学生练习理财的途径——投资股票，往往被校方视为投机、贪婪之道。面对未来财务主导的时代，缺乏以钱赚钱的正确理财知识，不但侵蚀人们致富之梦想，而且对企业的财务运作与国家的经济繁荣也有损害。

* * * * *

不要再以未来价格走势不明确为借口，而延后你的理财计划，又有谁能事前知道房地产与股票何时开始上涨呢？每次价格巨幅上涨，人们事后总是悔不当初。价格开始起涨前，没有任何征兆，也没有人会敲锣打鼓来通知你。对于这种短期无法预测，长期具有高预期报酬率之投资，最安全的投资策略是：“先投资后，再等待机会，而不是等待机会再投资。”

人人都说投资理财不容易，必须懂得掌握时机，还要具备财务知识，总之，要万事俱全才能开始投资理财，这样的理财才能成功。事实上并不尽然，其实，许多平凡人都能够靠理财致富，投资理财与你的学问、智慧、技术、预测能力无关，也和你所下的功夫不相干。归结到底，完全看你是不是做到投资理财该做的事。做对的人不一定很有学问，做对的人也不一定懂得技术，他可能很平凡，却能致富，这就是投资理财的特色。

一个人只要做得对，他不但可以利用投资而成为富人，而且过程也会轻松愉快。因此，投资理财不需要天才，不需要什么专门知识，只要肯运用常识，并能身体力行，必有所成。因此投资人根本不需要依赖专家，只要拥有正确的理财观，你可能比专家赚得更多。

投资理财没什么技巧，最重要的是观念，观念正确就会赢。每一个理财致富的人，只不过是养成一般人不喜欢，且无法做到的习惯而已。你是否知道理财可以创造财富且可以致富？如果你知道，你是否真的去尝试过？

从另一个角度来看，其实投资理财是一件相当困难的事。它之所以困难，倒不是由于需要高深的学问，而是投资人必须经常做一些与自己的习惯背道而驰的事。这对大多数的人人来说，并非易事。

卡耐基在创业中，经过不断地扩张、吞并建立起了属于自己的石油王国。当别人问他，创业的秘诀是什么时，他毫不犹豫地：“那就是不断地实现自我价值，追逐生意上利润的多少则是其次的。”

这种价值的取向对管理者来说十分重要。盈亏的涨落对于股市行情的报道评价是必要的，但对于某个项目来说并非至关重要。尤其对私人公司来说，更是如此。钱多并不能真正说明什么。著名的美国通用汽车制造公司的高级专家赫特曾说过这样一段耐人寻味的话：“在私人公司里，追求利润并不是主要目的，重要的是把手中的钱如何用活。”

《圣经》上有一则劝人善加理财的故

事，叙述一个人地主有一天将他的财产托付给三位仆人保管与运用。他给了第一位仆人 5 份金钱，第二位仆人 2 份金

钱，第三个仆人 1 份金钱。地主告诉他们，要好好珍惜并善加管理自己的财富，等到 1 年后再看他们是如何处理钱财的。



第一位仆人拿到这笔钱后做了各种投资；第二位仆人则买下原料，制造商品出售；第三位仆人为了安全起见，将他的钱埋在树下。1 年后，地主召回三位仆人检视成果，第一位及第二位仆人所管理的财富皆增加了 1 倍，地主甚感欣慰。惟有第三位仆人的金钱丝毫未增加，他向主人解释说：“惟恐运用失当而遭到损失，所以将钱存在安全的地方，今天将它原封不动奉还。”

地主听了大怒，并骂道：“你这愚蠢的仆人，竟不好好利用你的财富。”

圣经中的例子，第三位仆人受到责备，不是由于他乱用金钱，也不是因为投资失败遭受损失，而是因为他把钱存

在安全的地方，根本未好好利用金钱。钱存在银行是当今国人投资理财最普遍的途径，同时也是国人理财所犯的最大错误。因此，本书在此要提供给读者，第一个也是最重要的理财守则是：钱不要存在银行。

多数人认为钱存在银行能赚取利息，能享受到复利，这样就算是对金钱有了妥善的安排，已经尽到理财的责任。事实上，利息在通货膨胀的侵蚀下，实质报酬率接近于零，等于没有理财，因此，钱存在银行等于是没有理财。

每一个人最后能拥有多少财富，难以事先预测，惟一能确定的是，将钱存在银行而想致富，难如登天，试问：“你

曾否听说有单靠银行存款而致富的人？”将所有积蓄都存在银行的人，到了年老时不但无法致富，常常连财务自主的水平都无法达到，这种例子时有所闻。选择以银行存款作为理财方式的人，其着眼点不外乎是为了安全，但是读者必须了解：“钱存在银行短期是最安全，但长期却是最危险的理财方式。”

通常贫穷人家对于富人之所以能够致富，较负面的想法是将富人致富的原因，归诸于运气好或者从事不正当或违法的行业。较正面的看法是将富人致富的原因，归诸于富人较我们努力或者他们克勤克俭。但这些人万万没想到，真正造成他们财富被远抛诸于后的，是他

们的理财习惯。因为穷人与富人的理财方式不同，富人的财产多是以房地产、股票的方式存放，穷人的财产多是存放在银行。

犹太商人认为，投资人想跻身于理财致富之林，要能在思考模式上跳脱传统思考的框框。有一个成年人不会骑脚踏车，他看到一位小孩子正在骑，羡慕地对这小孩抱怨说：“小孩子身手敏捷才会骑车”，没想到小孩子却对他说：“不一定要身手敏捷才会骑车”，于是小孩子教这位成年人骑车，而成年人也很快地就学会了。当成年人愉快地与这小孩道别回家时，却习惯性地推着车走路回家，这就是无法突破惯性的框框。

第九章

管钱术：看紧自己的钱柜

先要学会看管少数金钱，然后才可以管理更多金钱，这是最聪明的提防金钱损失的办法。

——犹太商人的金钥匙

犹太商人的富脑袋

犹太管理法则提醒经营者，你的公司就好比一个小分队，也是由各色各样的人组成，他们都有自己的看家本领。身为老板，你就要做到对部下的特点、能力，甚至个人的性格了如指掌，做到适才适所，使内在的潜力得到充分的发挥。惟有如此，你的公司才可能高人一筹。

NO 62

和和气气，才能生意旺 以善行天下

怎样才能管好钱，犹太人认为必须从管理内部开始，让大家有一个和和气气的挣钱气氛，避免强烈的矛盾冲突。犹太人经商强调和和气气，把人际关系理得顺顺当当，从而让自己的生意兴旺起来。这种做法，其根本目的就是，以“和”为原则，以“善”为办事宗旨。

犹太商人悠久的慈善传统和强烈的社会意识，使他们在现代资本主义社会的一个重要方面——劳资关系也作出了开拓性的、甚至革命性的贡献。

资本主义经济在其原始积累时期，产生出大量的“血汗工厂”。随着资本原始积累的初步完成。调整劳资关系作为社会自身的要求日益突出。从18世纪开始，劳资关系变革的运动显示出日益强劲势头，到19世纪末20世纪初，各种旨在协调劳资关系的经济法规，如有关最低工资、养老金、失业补助的法令，相继通过。所有这一切表明，建立和谐的劳资关系是符合资本发展要求的，良

好的人际关系有利于企业自身的发展。在这个过程中，有不少著名犹太企业家在自己的能力范围内，作出了一系列“首次开创”。其中英国的犹太化工企业家蒙德可以作为一个典型。

路德维希·蒙德是犹太实业家中不多见的一个，他不是靠金融技巧，而是完全靠自己的专业知识从事实业的。

蒙德于1839年出生于德国卡塞尔，后移居英国。他在学生时代曾在海德堡大学同著名化学家布恩森一起工作。发现了一种从废碱中提炼硫磺的方法。他将这一方法带到英国，几经周折，才找到一家愿同他合作开发的公司。结果证明他的这一专利是有经济价值的。后来，英国和欧洲的许多公司都申请使用这种方法。这使蒙德萌发了自己开办化工企业的念头。

蒙德买下了一种利用氨水的作用使盐转化为碳酸氢钠的方法，这种方法是

212 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

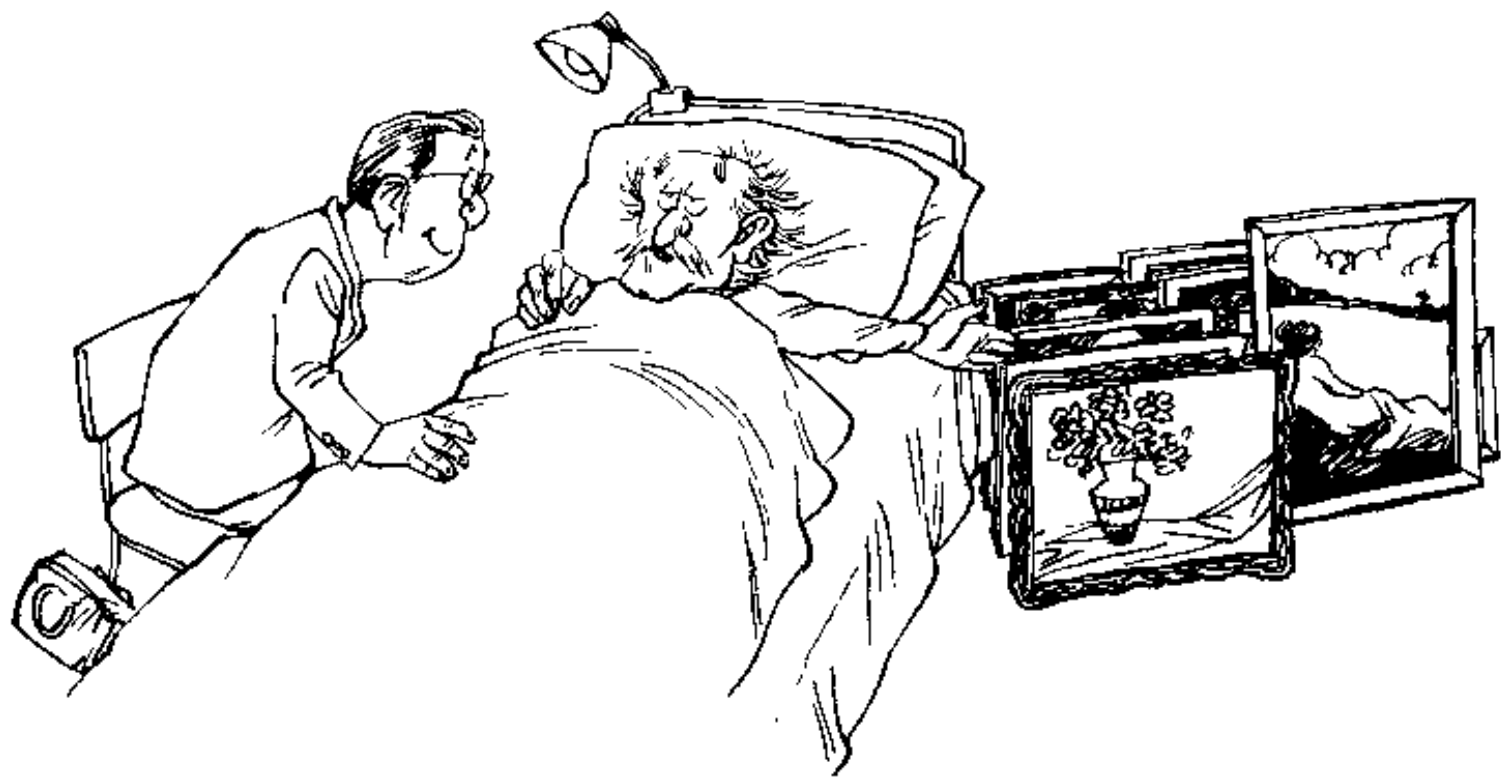
德在柴郡的温宁顿买下一块地，建造厂房。当地居民担心大型化工厂会破坏生态环境，反对他在那里建厂，并拒绝为他工作。蒙德不得不雇用爱尔兰人。建厂期间，他每天到现场监督，用威胁和诅咒来催促工人，他嘴上老挂着一句话：“不要称呼我先生，我不是绅士！”其情状可想而知。

蒙德一边建厂，一边进行试验，以完善这种方法。第一次实验失败之后，他干脆住进了试验室，昼夜不息地工作。经过反复的试验，他终于解决了技术上的难题。尽管如此，他仍很怕出问题，虽然他的住处同工厂只有几百码的距离，他还是在卧室的窗户上安装了一只铃，拴上一根长长的绳子，连向厂区，以便万一在夜晚需要他时，能及时叫醒他。

1874年工厂建成，开始生产情况并不理想，成本居高不下，企业完全亏损，

但蒙德并不气馁，加倍努力，终于在1880年取得了一项重大突破，产量增加了3倍，成本也降了下来，产品由原先每吨亏损5英镑，变为获利1英镑。1881年，在吞并附近一家和他竞争的企业之后，蒙德和他的主要合伙人约翰·布隆内尔一起，把他们的工厂扩大为“布隆内尔蒙德公司”。当时拥有名义资产60万英镑，短短几年之后，布隆内尔蒙德公司成了全世界最大的生产碱的化工企业。

布隆内尔蒙德公司在生产碱的化学工艺上取得了重大突破，但世人认为，该公司在改善劳资关系方面的建树更有革命性的意义。在英国，他们是最早给工人每年一周假期，休假期间工资照发的雇主之一，只是有个条件，就是工人必须好好工作。实际上42%的工人获得了这种休假。这说明他们的条件有一定难度，但决不是可望不可及的。



1889年，布隆内尔蒙德公司又作出了一项重大决定，将工人的工作时间定为每天8小时。在当时的英国，工厂中普

遍实行一天12小时工作制，工人一周要工作84小时。所以，蒙德他们的决定被称为“令人惊讶的变革”。但事实证明，

工人每天 8 小时内完成的工作量和原来 12 小时的一样多，因为他们的积极性极为高涨。这种两全其美皆大欢喜的效果，可以说正是最善于从人与物两个角度来考虑问题并使之达到和谐一致的犹太商人所着意追求的。

这时，工厂周围的居民的态度也发生了根本的转变，原先因为怨恨蒙德破坏了乡村的宁静而拒绝为他工作的成群劳动者，现在争着进他的工厂做工。在布隆内尔蒙德公司所属的工厂里做工，可获得终生保障，而且在父亲退休之后，可将他的工作像家庭遗产一样传给儿子。

* * * * *

蒙德此时已经非常富有、非常成功，各种荣誉也纷纷降临到他头上。他从事化学研究生涯的摇篮——德国海德堡大学授予他名誉博士学位；牛津大学和曼彻斯特大学分别授予他文学博士学位和科学博士学位；他担任了“化学工业协会”主席，成了“英国皇家学会”、“普鲁士科学院”和“那不勒斯皇家学会”的成员，而且还获得了意大利当局颁发的荣誉勋章。但所有这一切荣誉同日后英国公众在他儿子的工厂发生严重爆炸时所持的宽容态度相比，都几乎不足挂齿了。

蒙德于 1909 年去世，弥留之际还不忘把自己收藏的大部分名画捐赠给了国家美术馆。他的第二个儿子阿尔弗雷德·蒙德接替他担任布隆内尔蒙德公司的总裁，此时的公司已经成为全世界最大的化学公司之一，包括了生产煤气和镍等

众多工

第一次世界大战爆发以后，位于伦敦东区的布隆内尔蒙德公司的一家生产碳酸氢钠的工厂按照政府的命令转产炸药。该工厂位于人口稠密地区，公司曾经告诫政府，这样的安排有可能产生严重后果。果然，1917 年，这家工厂发生爆炸，炸死 40 人，炸伤数百人，并使大约 2000 人无家可归。以这样严重的事件，加上大战期间英国又曾出现过一次“此前此后都未曾有过的”反犹浪潮，而公司老板阿尔弗雷德却几乎没有受到什么谴责，这和他善待企业员工有很大的关系。虽则日后政坛上有些人仍借此做文章，但英国公众的这种宽容同犹太人历史上常常无故成为替罪羊的惨痛事例相对照，其反差之强烈令人难以置信。这一切，都要归功于他父亲“和气”的生财态度。

美国联合商标公司的以利·布莱克，则可以说又是一个改善“国际”劳资关系的犹太企业家。

联合商标公司是在布莱克原有公司收购了联合果品公司之后组建的。原联合果品公司在中美洲有个绰号，叫做“人足章鱼”，以形容其凶残霸道。该公司长期支配着中美洲一些国家的政治和经济，它经营这些国家就像一些大煤矿经营城镇一样。当一国政府不再对它有用时，它就会拿政府做交易，换一批人执政。在经营活动中，它独断专行，完全不顾及公司里的农民和职工。

布莱克接管了联合果品公司之后，大力进行了改革。他提高了农民和职工的工资，为单身职工提供宿舍，还建造

214 ⇄ 世界上最优秀商人的生意经

住宅以低于成本的价格出售给雇员。他先于其他大农业企业承认农业工人的工会，还出版文化刊物。在洪都拉斯遭受飓风灾害后，他给送去了各种救援物资，他在危地马拉建造了一所医疗中心，在哥斯达黎加发起过一次预防小儿麻痹症的运动。所有这一切使得联合商标公司被誉称为“这半球中最有社会意识的美

国公司”。

犹太人认为，有很多人想挣大钱，只知道让手下拼死拼活地干，都不知道以“和”为“善”为两大原则，去积极地激发下属的挣钱热情，从而给自己带来无穷的财富。这就是要想管好更多的钱，必须从管理人际关系开始。

No 63

让手下的人都成为挣钱英雄 找到能帮自己挣钱的人

犹太人非常注意寻找能为自己挣钱的人，所以一旦他们看准之后，就会大胆重用某一个人或某一些人，争取让这个人或这些人能成为挣钱英雄！这就是犹太人一再提供的管理原则。

*** * * * *

犹太管理法则提醒经营者，你的公司就好比一个小分队，也是由各色各样的人组成，他们都有自己的看家本领。身为老板，你就要做到对部下的特点、能力、甚至个人的性格了如指掌，做到适才适所，使内在的潜力得到充分的发挥。惟有如此，你的公司才可能高人一筹。

有一个人即将背井离乡，到别的地方去居住。行前，特意去拜访拉比，请拉比给他一些忠告。

拉比想了想，就讲了一个故事。

有位住在柏林的犹太人，时常梦见

一个碾米厂的地下埋藏了许多珍宝。有一天，他终于压制不住自己的好奇心，决定去挖掘这个宝藏。

第二天黎明，他来到碾米厂，小心而仔细地挖掘起来，可是院子几乎挖遍了，也没有挖出一星半点儿东西来。

碾米厂的主人闻声赶来，问他为什么到此乱挖一气。他只得说明缘由。厂主听完高声大叫：

“真是太奇妙了，我也经常梦见一个住柏林的人，他家院子里埋藏着许多珍宝。”

厂主还念叨出那个人的名字。这名字正和这个柏林人的名字一样。

这个柏林犹太人赶忙马不停蹄回到自己家里，挖掘自己的院子，没有想到还真的挖出来许多宝贝。

拉比讲完故事，对前来请教的人说：

“你知道了吧，有时自己的院子里也埋藏着许多宝物，只是我们没有挖掘而已。”

216 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

有些老板总是抱怨公司里能人太少，他恨不得想使自己的部下变成能杀能闯的“猛将”。

不用说，这种想法是不切实际的，如果公司里的每一个人都是精华荟萃，技艺超群，老板的命令就没有威力啦！其实每个人都有他的长处，犹太人认为，只要你能很好地掌握他们的特点，把他们放到最能发挥其作用的位置上，你的公司就会变成人尽其才，物尽其用，团结一致的公司。

在某次大战中，由于战争的需要，临时招募了许多各行各业的人参军打仗。有这样一支小分队奉命驻守在一个小岛上。他们当中有大学教师、机械工程师、政府机构的办事员，也有泥瓦匠、小饭馆老板、裁缝铺的学徒，还有消防队员、小提琴手、汽车修理工，等等。他们一到岛上，就都行动起来了。有的用捡来的木条、干草搭起了简陋的帐篷，有的用自制的工具支起了炉灶，还有的忙着施展烹饪手艺，人人都演出自己的拿手戏，在各自擅长的方面尽情地发挥。一

顿丰盛的晚餐过后，还举办一场热闹的晚会，大家有说有笑，有唱有跳。

* * * * *

几天过后，小岛遭到敌人的攻击。在枪林弹雨的战场上，大学教师和小饭馆老板便显得手足无措，失去了用武之地，而消防队员和汽车修理工则能够临阵不乱，熟练地使用手中的武器，对敌人进行了狠狠的打击。

从这个例子中我们可以看到：大学教师受过高等教育，掌握的知识较多，可以说是比较有才华的人了，可是一打起仗来，他却不如一个只念过几年书的消防队员。这就是所谓未在其位，能力就不能得以施展，“英雄无用武之地”即是如此。

当然，犹太人会考虑到自己公司手下的每个人的能力和个性，想法设法让他们能到最关键的位置上，发挥自己的才能，成为一个挣钱英雄！

NO 64

该坚持的一定要坚持 不轻易向部下让步

犹太人坚持经商的原则性问题，同样也注重管理的原则性问题。

犹太人认为：领导者与普通职工应有一种平等、融洽的关系，经常听取下级的意见，但这并不意味着要迎合部下的呼声，更不能轻易向部下屈服。日本索尼公司总裁森田明夫就从犹太人那里学到了成功的经验：

1961年，索尼公司的部分职工想利用公司成立十五周年纪念的机会举行罢工。森田明夫去处理这次罢工事件。他明确地指出，工会要求只雇用他们的会员是很不公平的。他说：“只雇用某一工会成员的做法是损害企业权益的行为。别人也完全有权利组织新的工会。那才是自由，才是民主。”他意识到工会领导人可能会强硬起来，所以采取了针锋相对、寸步不让的策略。

工会知道公司在五月七日举行庆祝活动，于是声称要在当天实行罢工。他们认为此次庆祝活动的意义非比寻常，

只要稍加威胁，公司就会让步。可是森田有自己的看法，他与大多数雇员交谈过，深信他们当中的许多人是知情达理的，不会支持只雇佣某一工会成员的做法。他坚信公司与雇员之间的关系是良好的，不能让这些雇员被一小撮极端分子所利用。

森田的态度非常强硬，并跟工会进行了多次谈判，结果毫无进展。由于公司已计划好在总部大楼召开庆祝大会，还请了包括池田首相在内的一些社会知名人士，到时如果满街都是罢工的工人，公司就会丢尽面子。所以，工会认定森田只是想吓唬人，最终会妥协，而答应他们的要求。

随着庆祝日越来越近，工会的头头们越发显得神气十足，大有绝不求和之势。其实森田早已另有安排，只不过没有露出一一点痕迹。他继续率领谈判小组与工会周旋，直至庆典的前一天晚上，双方仍没有达成任何协议。于是工会头

218 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

头愤愤离去。

在索尼公司成立十五周年大庆的那天早上，罢工的人群包围了公司办公大楼。街上站满了这个工会的会员。他们还从别处借来一批人以壮声势。有些人还举着斥骂索尼公司和池田首相的标语牌。与此同时，一些工程师决定组织起自己的工会，打出支持公司的旗号。几百名忠于公司的工人也跟着到了街上，围在罢工者的外边。森田做好参加庆祝活动的准备后，穿上晨服走到窗前，只见大楼也已挂起了庆祝的条幅。但池田首相和其他贵宾却一直没有到这幢大楼来致贺。罢工者开始还以为公司被迫取消了此次活动，不过他们很快就意识到搞错了地方。

在整个谈判过程中，公司全体经理都日夜守候在这幢大楼里。直到前一天晚上，他们才给三百名嘉宾一一打了电话，告知庆典地点改在一里外的王子宾馆。结果，池田首相等平平安安地出席了庆祝大会，整个庆祝活动办得也非常

成功。当罢工者发现自己受骗时，他们已出尽洋相，无法挽回面子了。

森田从公司办公大楼的后门溜了出来，赶在庆祝活动结束前到达宾馆，他走进会场时，大家都向他鼓掌致贺。首相说，索尼公司对待极端分子的态度很值得其他公司学习。

最后，闹事的工会放弃了罢工，新的工会也宣告成立了。现在，索尼公司共有两个工会，其中包括当年闹罢工的那个工会（有时，它仍然很难对付）。其实，公司大部分工人都没有加入工会，应该说公司与全体雇员都相处得非常融洽。

犹太商人认为，有时部属提出的要求并不一定是合理的，有的只是为了一小部分人的利益，如果为这一小部分人的利益而做出损害大部分人的让步，即会造成灾难性的恶果。这会养成部下“大闹大解决，小闹小解决，不闹不解决”的习惯，而使企业家丧失应有的原则，局面会愈加难以控制。

NO 65

绝不把问题遗留到明天 克服积压文件的陋习

在犹太人之间，他们把积压“未决”文件的人看成是无能之辈。所以，当他们一走进办公室，瞅一眼办公桌上的文件，便可断定那个人的能力如何。在他们看来，一个连文件都不能够及时处理的人，还能谈得上什么能力，肯定是无能之辈。这种“攻其一点不及其余”的看法是有些过火，然而，他们却有他们自己的理由。因为犹太人求的是全面发展的人才，商人不仅会经商而且还要有渊博的知识和较强的综合素质，如果缺少这些，是绝对当不好一名商人，赚不了大钱的。

当你走进才能卓越的犹太人的办公室后，在他的办公桌上，你是看不见有“未决”的文件的。

我们知道，犹太人的时间观念极强，他们绝对不愿浪费时间。办公桌上的待批文件，有相当一批是极其重要的积压文件，有时会耽搁重大事情，是变相地浪费时间。这种积压文件的做法对犹太人来说，当然是不可取的。

对商人来说，这些文件尤其重要。

这些文件有商业往来的信件、商业函件等，它可能是提供商业信息，或是请求商业往来或是有关商品交易，等等。每个信件，都包含着一条信息，给商人提供赚钱机会。如果把这些亟待回答的文件积压在办公桌上，过一段时间后再来处理，很可能为时已晚，因为对方的时间是宝贵的，当他迟迟等不到消息时，便断然放弃，另觅合作伙伴去了。如果是这样，你岂不是白白失去了一个赚钱良机，当你醒悟时，机会已经从自己的手中溜走了。你后悔莫及！

犹太人很清楚这点。所以，他们对自己手中的文件都极其重视。

在犹太人的上班时间里，专门安排了处理文件的时间。他们一般是把上班后大约一个小时的时间称为“第克替特（dictate）时间”，即处理文件时间。在这段时间里，将昨天下班到今天上班之间所接到商业函件的回信，用打字机打好发出去。在这段时间里，是不让外人打扰的。这样才能集中精力处理这些文件，以求高质量高效率。

220 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

如果受人打扰，就会影响速度和效率。因此，在这段时间内，无论有多么重大事情的来访者，也是无法会晤到主人的。在犹太人之间，“现在是‘第克替特时间’”这句话，是一般公认的用语，意思当然是“谢绝会客”。

所以，在上班后的第一个小时，你一定别去打扰犹太人办公。即使去了，也是白浪费时间，他们绝对不会此时会见你的。只有等到“第克替特”时间结束后，他们喝完茶时才可能会见。因为这时才是他们正式办公时间。



犹太人将“马上解决”作为座右铭。所以，他们特别注重“第克替特”时间。在他们看来，拖延昨天的工作，是最可耻的事。

犹太人不管做什么事，尤其在处理自己的经商事项时，绝不把问题遗留到明天，即绝不拖延，而是立即解决，按照“每天都有每天的计划”办事。

NO 66

把现金看好 多留心无坏处

犹太商人认为，现金是被人操纵的，怎么操纵起来才有效呢？这就要做到把现金看好，多留心，无坏处。

公司在发展和通向成功的道路上难免会遇到些财务问题，许多问题只是反映公司暂时的挫折，只要用心管理就能迅速克服。然而，有一类问题却特别具有威胁性，那就是公司可能遇到的现金流量问题。事实上当一个公司因销售下降或费用上升而导致营业亏损时往往仍可以维持下去，但是，如果一个公司到了星期五仍没有现金用来支付工薪，则下星期一它就可能要关门了。

使公司产生现金流量问题的原因有很多。但是，这里我们并不打算讨论产生这类问题的各种潜在原因，而是将集中讨论可用于解决公司短期现金流量问题的潜在现金来源。自然，一劳永逸的解决方案最能令人满意，但如能找到短期解决现金流量问题的措施，不也能为问题的永久解决争得必要的时间吗？没

有这些时间，公司就可能导致财务失败。

在大多数情况下，现有资产的变现是公司最直接的潜在现金来源，其中首先应考虑应收账款，从过期账款开刀。一个正在与现金流量问题做斗争的公司不能怜悯那些拖欠货款为客户，过期账款理应收回，对过期账户应该穷追不舍。

* * * * *

不必担心会冒犯拖欠货款的客户，毕竟是他先不遵守你所注明的付款条件而侵犯了你和你公司的利益。解决现金流量问题乃是当务之急，如果一次不讲情面的收款行动即能解决公司正面临的现金流量问题，那么即使今后会失去这些客户也应在所不惜。

有时候你会发现，向愿意立即付款的客户提供适量的折扣也会奏效。甚至，提供这类折扣还会刺激那些长期滥用你信用宽容的客户迅速付款。你也应该向

222 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

那些遵守信用的客户提供相同的折扣。一个通常在 30 天内付款的客户很可能会为得到一笔较大的折扣而愿意在 20 天内付款。请记住，马上就收到能维持你公司生存所必需的现金要比收回全部款项更重要。

其次，最有可能的现金来源是公司的存货。几乎每个公司都会因疏忽或过度购买而堆积起过量的储备。对面临现金流量问题的公司，那些多余的存货往往就可成为一种即时的现金来源。如向支付现金的客户提供大额折扣就可将过度的储备转变成现款，从而保持公司的偿付能力。在某些极端情况下，公司甚至还应该将这种折扣扩大到全部产品系列。一个试图克服现金流量问题的公司不应忽视任何现实的选择。

当然，现金不仅会闲置在应收账款和存货上，也会闲置在公司的其他资产上。一个需要现金的公司应该出售其所有的非必需的资产。应该去看看：闲置的设备是否正在积满灰尘？有人愿意以现金购买吗？卖掉它！

另外，你可考虑解雇一二位雇员，以便削减开支，保存现金。请记住，削减你发放的工资总额也可减少与社会保障体系及和职工补助保险计划有关的支付。

有时一个正面临着迫在眉睫的现金流量问题的公司，也可考虑卖掉些正在使用的、公司经营所必需的固定资产。好在企业保持继续经营的方式可有多种。做多种选择，公司可以考虑出售/租赁安排。这就是说，一方面公司可以出售必需的设备以直接换取现金，而另一方面

公司又可从购买者处将该设备借回来按月租赁。公司以这种方式出售设备既可获得维持生计所必需的现金，又可用未来收益支付租赁费用。只是作为一个实际问题应该注意，只有当某项设备尚未被用作贷款抵押时才能运用“出售并租回”的安排。所以，当公司拥有固定资产是未质押资产时，它就可用“出售并租回”安排来解决现金流量问题。当然，许多公司没有资格做这样的安排。但一个公司仍可以出售现存设备换取现金，并换上租赁来的设备。

* * * * *

一个试图挣脱现金流量问题的公司在从现存资产中凑了所有可能的现金以后，还可设法用借入资金来克服其面临的棘手问题。初看起来这似乎是天方夜谭，因为一个陷入财务困境的公司往往意味着贷款无望。然而，事实并非如此，这些公司常常可以发现，他们目前的债权人就是一个实际的现金来源。事实上，债权人——不管是供应商还是银行——通常都遵循这样的逻辑：只要陷入财务困境的公司有复苏的现实可能，他们就会愿意向其提供现金。因为一个遭遇麻烦的公司的失败往往意味着债权人只能收回很少的债权，有时债权人甚至会一无所得。只有当公司继续保持经营时，债权人才有可能得到全部付款。这样，现金贷款就成了一种真正的来源——一种看起来似乎最不牢靠的来源。

一个公司经理也许还能在本公司中找到另一个出乎人们意料之外的现金来

源。事实上，公司自己的雇员可能就是一个借入资金的来源。一般说来，忠诚的雇员在心理上对公司存有一种利害关系，他们常常对公司能得以生存并最终取得成功感到自豪。因而，他们可能愿意向公司贷款或者购买公司的产权。当然，公司的老板大都不愿将产权利益出售给雇员，独立经营的公司老板一般都希望保持全部的所有权。然而，拥有公司大部分的产权无疑比拥有 100% 的失败更为明智。

同样，一个需要现金的公司的另一种合乎逻辑的做法是，应该尽力去寻找愿意以现金购买公司部分产权的投资者。当然，精明的投资者一般也期望拥有大量的产权以便能在管理上拥有发言权。再强调一遍，出让产权以及与另一种管理主张发生争执确实不会令人愉快，但是，一个正在挣扎中的公司老板必须在

以上选择与公司的暗淡前景和失败可能之间进行权衡。

最后，为了得到所需的现金，一个正在奋力挣脱现金流量问题缠绕的公司老板只能把眼光投向自己的财源。他或她可以从储蓄账户或存款单中拿出现金，也可将私人资产作为抵押以借入所需的现金。但是，在做出如此极端的决定以前，企业主应该多加斟酌并谨慎从事。这种极端的措施确实能够挽救企业吗？如果前景依然很不明朗，则业主可能会发现，保存他或她的私人资产将是明智的。

在犹太商人看来，对大多数公司老板来讲，在这种情况下还能保持客观是困难的，对公司生存的渴望往往会使一个经理看不清公司面临的真正的财务困境。但是，只要保持冷静的头脑，就可以避免将公司的失败引向个人财务灾难。

NO 67

一分钱难倒英雄汉

像账房先生一样爱好金钱

犹太商人认为，会干的，不如会管的！管钱是保住家底的好办法。你心中无数，不知道自己的家底有多大，怎么可能用准钱办好事？摸清家底，可以及时拿出对策，避免更大损失。因此，不论你是普通家庭主妇，还是小店的掌柜，还是公司老板，都应像个账房先生一样不停地盘算你的家底，做到有多大能耐办多大事。

* * * * *

金钱感觉是经营者必须掌握的一个部分，是非常重要的感觉。经营者对公司的金钱必须严格把关。公司的金钱不仅限于现金、原材料、商品、设备，必须把这所有的一切都反映为金钱。老板动用的金钱数目越大，人对金钱的感觉就会变得越麻痹。公司的规模越大，必然其金额就会增大。日常动用巨额金钱

时，小额钞票常常显得像垃圾一样不予重视。如果每天操纵着 10 万美元、100 万美元那样巨额的现金，那么对一两万变得无所谓，则并不足为奇。

有一位老板在公司资金筹措紧迫时，却每天将 1000 至 2000 美元扔在酒馆里。一边说着还差二三百万，一边却将公司的钱如汤水般抛撒。的确，对于 100 万美元来说，1000 算不得什么。那一天即使节省了 1000，对于筹措的 100 万美元算不了什么，但是如果人们探究其资金筹措紧迫的原因之后，必然会考虑借或贷款的风险，而断绝借其款项的念头。

果然，这位经营者最终使公司倒闭了。俗话说，一分钱憋死英雄汉，不会珍惜小钱的人干不了事业。

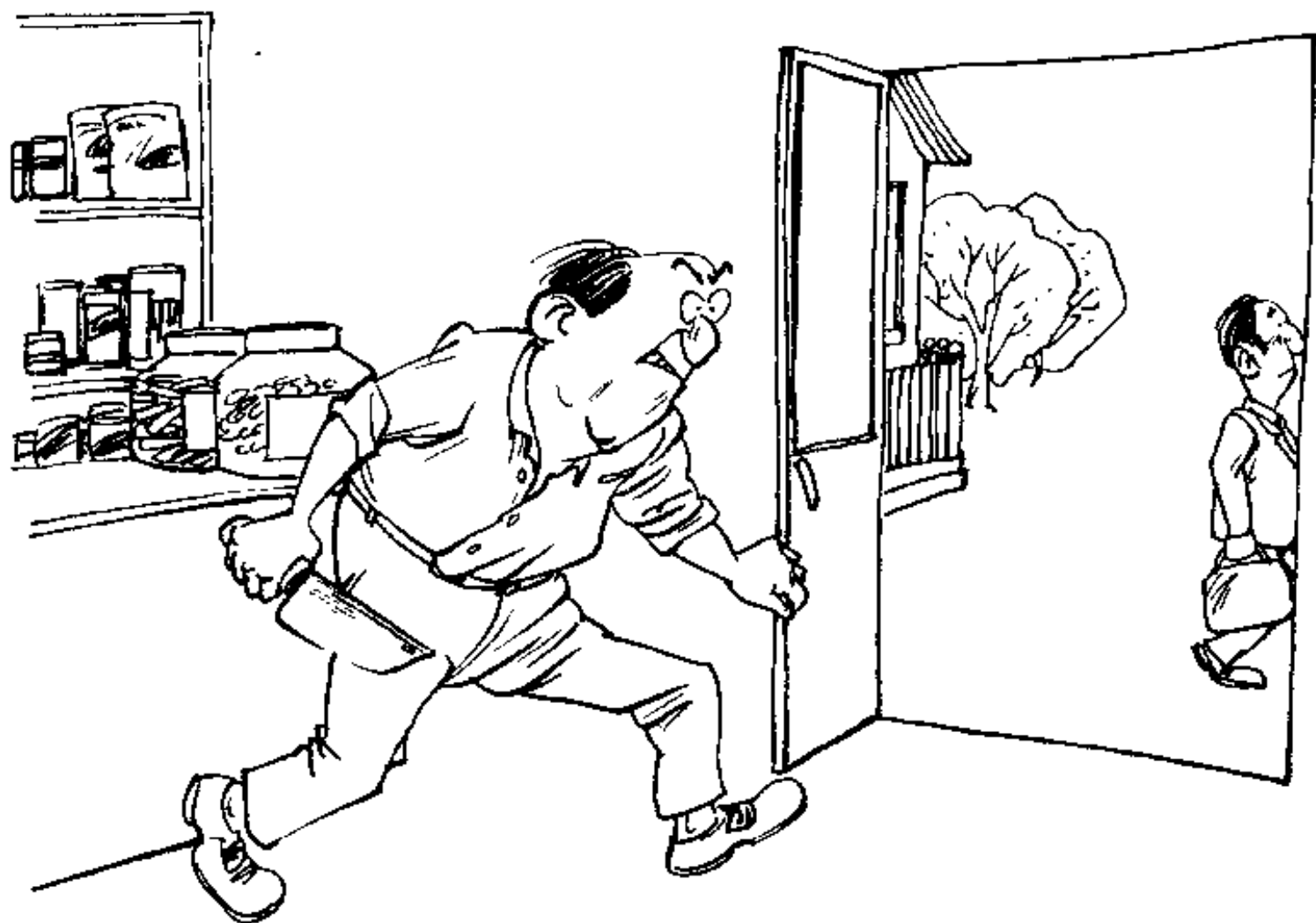
不是说要吝啬，也不是说对金钱要总是做精细打算。对自己囊中的金钱稍微大方一点没有什么关系，但是，对公司的金钱一分也不能浪费。

一分也不能浪费并不仅限于现金。不用说商品，就连原材料、燃料、劳动力都不能浪费。它们虽然没有露着金钱的面孔，但在公司的经营活动中与金钱相同。

对金钱以外的东西，不少人都不具备以金钱的眼光去看待的感觉。因此，不少人看重金钱，却在不断地浪费商品

和原材料。这些人也属于金钱感觉薄弱型。

举一个身边的例子。假设一个店主借给了邻居1万美元，到了约定的日子邻居却没有还，店主心怀不满，可是又过了很长时间，邻居仍没有还的意思，店主于是怒上心头，“从此不再理那邻居”。



而另一方面，店主的商店向邻家赊了1万美元的商品。买东西的一方因为听到“什么时候付钱都可以”，不久就把这事完全忘记了，没去付钱。邻家的商店不久也忘记了，到决算的时候才想起。但是，已经是好几个月前的事了，碍于面子难索取。于是，店主便说：“唉，算了吧！”不了了之。

前者对现金得不到偿还怒上心头，

后者因为不是现金是商品而变得慷慨大方。可以说这完全是感觉问题。实际上两者都遭受1万美元的损失。后者由于不是从金库支出的1万美元，没有感到那么心痛。店主在计算损失时，不是1万美元，而是进价的6000美元吧！从金钱感觉来说，太过于迟钝。

把商品看作与要标注的价格相等的现金，才是敏锐的金钱感觉。1万美元的

226 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

商品货款呆账了，必须看作是1万美元的现金呆账了。一般在货款不能收回时，经营者常以进价和制造成本来计算，这种感觉实在太天真。如果接受了100万美元的票据，应该有借出了100万美元现金的感觉。如果具有了这样的感觉，就不

会那么简单地接受票据了。

退货也一样。如果有100万美元的商品退货了，那么就等于是从公司的金库支出了100万美元现金。这样的感觉往往使老板有一种深刻的危机意识，将会更为谨慎的面对自己公司的经营活动。

NO 68

力戒大手大脚 该降就降，该紧就紧

犹太商人非常注意成本核算，例如生产成本能不能降？降了又会怎么样？实际上有些生产成本在初始阶段是留有一点余地的，这就有降的可能。为此，犹太商人是这样做的：

(1) 发现潜在的过剩人员

许多公司都不同程度地存在潜在的过剩人员，从而增加生产成本。比如，两个人能做的工作却由三个人来承担，就会发生 1/3 的过剩人员的损失。同理，拥有 100% 能力的人，仅发挥 50% 的能力，则该人的 50% 能力就浪费了，这样，便发生了人事费的损失。因此，为降低生产成本，必须发现潜在的过剩人员并尽可能另行安排。

(2) 不要大量增加间接人员

所谓间接人员，即像事务人员、技术人员、销售人员或监督人员之类的人。在人事费用的损失之中，特别需要重视间接人员的大量增加。

在公司的效益趋好时，公司即喜欢

大幅增加间接人员，而且间接人员开支增加的比例会超过生产增长的比例，从而导致公司生产成本上升，经济效益相对下降。

公司的间接人员之所以呈大幅度增加的趋势，除了公司生产扩大需要相应增加间接人员的原因外，还因为间接人员的工作没有客观的标准，多点人少点人都可以。另外的两个原因是，管理者想增加部下的人数，提高自己的身价；间接人员比直接作业员在公司里地位较高。

公司要想降低生产成本，就必须克服间接人员大量增加的趋势，尽可能控制间接人员增加的幅度和比例，使其低于生产本身的增长。

(3) 省略对公司无益或益处不大的工作

公司要想排除潜在的过剩人员，首先要除去那些对公司无益或益处不大的工作，只有这样，才可能真正减少过剩

228 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

人员。比如，办公室几个秘书，成天认真地写各种报告书、材料，从工作忙碌的情形来看，再增加一两个人都轻松不起来。但是，这些秘书们所写的报告、材料等，是不是都有益处呢？不见得。很多都是无用功，总经理可能只看了看标题就丢在一边。对于这类益处不大的工作，就应该省略一些，这样，便可减少不少潜在的过剩人员。

(4) 在原材料的购买上精打细算

在公司里，经理通常对生产和经营部门十分重视，并注意到这些部门生产成本的降低。但对原材料购买部门则不那么重视，仅安排一些二三流的人员，而且对购买过程中是否存在浪费关心较少，这是经理人员所应克服的。事实上，对一个公司来说，不管生产与销售如何增加，要是在购买部门发生损失，购买一些质次价高的原材料，就有如将水拼命地汲入有漏洞的水桶一般，流失的利润不可小视。故公司要降低生产成本，对在制造成本中占极大比例的原材料费要精打细算，严加控制。

(5) 贯彻少数精锐产品政策，大刀阔斧地清除赤字产品

一个公司，通常会生产几种或数十种产品。在经济形势好时，为了扩大几种不同类型的产品，有的产品有高收益，有的产品是低收益甚至是不赚钱反而亏本的赤字产品。低收益的一般产品和亏本的赤字产品，会侵蚀高收益产品的利润，使整个公司的利润降低。因此，公司要降低生产成本，提高利润率，必须采用少数精锐产品政策，重点生产少数高收益产品，清除赤字产品。不能因为

担心影响销售总额，而舍不得清除赤字产品，因为赤字产品既耗费时间，又增加销售费用，与其维持下去，不如忍痛舍去。

(6) 尽量避免倒账损失

在销售方面的最大损失是倒账的损失。比如，一家公司向另一家公司提供原材料产品，在货款回收前，接受原材料产品的那家公司倒闭了，于是，所交付的货物就变成了倒账。要弥补此损失，需要有相当长时间的努力。比如，如果发生10万美元的倒账损失的话，当经济不景气销售利润率降低到4%时，如果没有重新获得250万美元的销售额，是无法挽回损失的。对中小公司而言，倒账是致命伤。因此，公司必须尽量避免倒账损失，为此，应加强对往来客户的信用管理，一旦对方的信用出现问题时，应断然中止往来。

(7) 加快货款回收的速度

回收的货款迟延，厂家要背负那部分的成本负担。比如，100万美元的货款回收如果迟延了90天的话，100万美元的资金在90天内都是死的。该资金，如果有效利用的话，每月可获得2%的营业利润。如此一来，在90天内就会发生6万美元的损失。因此，对一个公司来说，如何加快货款的回收，是一个不容忽视的重要问题。

(8) 在生产管理上减少不合格产品

每个公司都存在不同比例的不合格产品，要完全杜绝不合格产品当然不可能，但减少不合格率却是可以做到的。不合格产品会带来多种损失，如材料本身的损失，生产不合格产品的人事费损

失，重做该产品的人事费与时间损失，等等，这些损失，会提高产品的制造成本。因此，提高产品合格率，就显得十分重要。

(9) 削减使资本呆滞的库存品

在经济不景气时，产品的库存会大幅度增加，紧紧束缚住公司的脖子。

产品的库存，即为资金的呆滞。它除了使资金周转不畅外，还会带来其他一些损失。比如，为了保管库存产品所开支的保管费，为推销库存产品所打的折扣，等等。为此，必须将库存的损失减少到最小。方法是，将库存的产品按品目加以分类，花主要精力清除占最大库存比例的少数几个库存产品。比如，在100个品目中，8个品目占产品库存总额的75%，此为A组；其次25个品目占库存总额的20%，此为B组；剩下的67个品目仅占库存总额的5%，此为C组。此时，应将主要时间和精力花在A组库

存产品的清除上，这样，就能取得事半功倍之效。否则，花主要精力去清除种类多、所占比例小的C组库存产品，则会事倍功半，吃力不讨好。

(10) 金钱要用在刀刃上

与个人不同，公司是由多个部门或工厂构成的，因而容易产生散漫经营的情形。比如，公司决定每期的预算时，通常是由各部门先提出部门预算，高层管理人员然后在各部门的预算基础上加以调整、折衷。结果，虽然顾及了各部门间的平衡，但却容易出现投资资金分散，投资效率降低的现象，这就是平均使用预算的弊病。为打开经营局面，降低生产成本，有必要实行集中主义的经营原则，将主要财力及人力花在少数几个重要项目上，而不是平均使用力量。

犹太商人的生意经是：要想合理省钱，必须做到——该降就降，该紧就紧。

第十章

护钱术：按照规矩办好事

合同是与神的签约，谁也不能违背。

——犹太商人的金钥匙

犹太商人的富脑袋

在犹太人心中，有一套属于他们自己的观点，他们认为，纳税是和国家订的无形的“契约”，无论发生什么问题，自己也要履行契约。当然，犹太人“绝不漏税”并不表明他们轻易地就交出不合理的税款。他们讨厌被人随意征税。犹太商人在做一笔生意之前，总是要首先经过认真计算，这笔生意是否能挣钱，先粗略算出在除去税款以外，他们有多少钱能装入自己的口袋。

NO 69

不挣不能要的钱 依法纳税

在这个世界上有些钱可以挣，但有些是不能挣的，因此一定要守法挣钱，不能越规，去挣不能要的钱；但对犹太人一定要合理。因此在犹太人的经商观念中，他们一方面信守“绝不漏税”，又善于“合理避税”。这就是犹太人的护钱术。

要说起世界上的富人，犹太人属于首富无疑。犹太人在欧洲、美洲、亚洲……到处都有他们庞大的财产，按这些财产来收税必然也是一笔可观的数目。那么，好奇的读者一定会问：“那么犹太人是不是也偷税漏税？”

这句话要是被犹太人听见了，他们一定会认为这是对他们的侮辱。

“绝不漏税”，这是犹太人的又一句经商格言，体现了他们强烈的纳税意识，并以能够纳税为一大光荣。

犹太人拥有世界上最多的财富，却比世界上任何一个国家的商人都重视交税。在犹太人心中，有一套属于他们自

己的观点，他们认为，纳税是和国家订的无形的“契约”，无论发生什么问题，自己也要履行契约。谁偷税、漏税、逃税，谁就是违反了和国家所签的契约。违反“神圣”的契约，对犹太人来说是无法原谅的。请看下面的实例。

一个瑞士人到海外旅行，回来时将一颗宝石藏在鞋里企图不通过纳税入境，结果被当地海关查出扣留。

一位同行犹太人看到这种情况时，十分奇怪，问道：“为何不依法纳税，堂堂正正地入境！”按照国际惯例，像宝石之类装饰品的输出费，一般最多不会超过8%，如果照纳输入费，堂堂正正地进入国境，若想在国境内再把宝石出卖时，只要设法提价8%就行了，这样简单的计算方法，小学生都会。因此说，犹太人的依法纳税实在是一个明智之举。

许多事实表明，犹太人依法纳税并不只是明智。因为他们也清楚，依法纳税而不漏税，这需要一笔较大的费用。

234 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

如果可能，谁不愿意自己多赚点钱，少交点税呢？为了合理地交出“税金”，犹太人不像一般“聪明”人那样去偷税、漏税、逃税，而是想出其他绝妙的办法

来赚钱。1000 多年来，犹太人之所以能在异国他乡长期定居下来，且赚的钱比本土国民还要多，这其中的许多原因要依靠“绝不漏税”的功劳。



当然，犹太人“绝不漏税”并不表明他们轻易地就交出不合理的税款。他们讨厌被人随意征税。犹太商人在做一笔生意之前，总是要首先经过认真计算，这笔生意是否能挣钱，先粗略算出在除

去税款以外，他们有多少钱能装入自己的口袋。

一般商人在计算利润时，总是把税金算在里面。例如，中国人说获利 20 万，那其中一定包括税金在内。而犹太人的

利润则是除掉税钱的净利。

“我想在这场交易中，赚 10 万美元的利润。”

当犹太人这样说时，他所讲的 10 万美元利润中，绝对不包括税钱。那么如果税钱为利润的 50% 时，犹太人就必须赚取中国人所说的 20 万美元的利润了。

如果说在“绝不漏税”方面，犹太人有股“傻”劲，那么计算除去税钱的利润，这实在是太合乎犹太人精打细算的风格了。

外国的董事长的薪俸很高，一般标准是等于该公司职员平均月薪的 50 倍。假如公司职员平均工资为 1000 美元，则董事长的薪俸应是 5 万美元。

但是，这样高的薪俸，许多国家进

税也很巨大。例如在日本，一个有 500 万元薪俸的董事长，受累进税的课征，所剩余的薪俸，仅可糊口而已。这种情景，真是太可怜了。

因此，犹太人在未入“列支敦士登”国籍前，想出一个办法，让自己当一个廉价的“董事长”，以少征税。再说，因“廉价”而带来的损失可以通过其他方式来获得补偿呀！

看了这个例子，还能说犹太人傻吗？我们想读者一定会说：呀！这个不漏税的犹太商人实在是太精明了！

最后，我们还想再强调一遍，记住犹太人坚决信守“绝不避税”，但又灵活地“合理避税”。前者为第一，后者为第二。

No 70

适当打一些“擦边球” 守法更善于用法

在犹太人的护钱术中，他们主张守法才能更善于用法，可以适当打一些“擦边球”。如何处理这个经商难题呢？我们知道，犹太商人是守法的楷模，但是在他们经营的思路中，认为只要在不改变法律的形式前提下，是可以变法律为我所用的，这一谋略的登峰造极之举，也许就是“巧用法律”。

先让我们看一个例子：

1968年前后，由于日本经济的高速增长和贸易顺差，日元日渐升值，美元日显疲软，因而日本的外汇储备飞速增加。

70年代初，日本的外汇储备只有35亿美元。这是日本战后全体日本人25年辛勤工作的结果。可是，从1970年10月份开始，日本的外汇储备便成亿成亿地向上爬升，1971年8月达到125亿，其中8月份一个月的外汇收入就超过了战后2年的积累，达到46亿元！最后总储备额竟达到150亿美元，而时间还不到一年。

对此，日本政界、新闻界，还有商界中大多数人都陶醉于良好的自我感觉中：“这是日本人勤劳的象征，因为日本人勤奋工作，才积攒下这么多的外汇”。

然而，犹太人却在暗暗好笑，向日本大量抛售美元。因为他们知道，日元的升值是迟早的事情，只要日本的外汇储备超出100亿美元，这个时候便会来临。这个美日汇率的大幅变化，也许是20世纪最后一个发大财的机会。所以，犹太人甚至从银行贷款向日本抛售美元。

对于犹太人的动作，反应迟钝的日本政府一直弄不明白是怎么回事，国会只知道辩论这些流入日本的外汇会不会对日本经济造成破坏。一些议员振振有词地说：“外国人搞投资，绝对赚不了钱，即使赚了钱，也要纳税。”殊不知，犹太人虽然从不偷税漏税，但根本没有办法向日本政府纳税。

不过，日本政治家的算盘也不是全错，日本有严格的外汇管理制度，靠在

外汇市场上搞买空卖空方式的投机是不可能的。但他们没有想到，从他们眼里看是一个周详严密的外汇制度，从犹太人那边看，却有一个大漏洞，这就是当时的“外汇预付制度”。根据该条例，对于已签订出口合同的厂商，政府提前付给外汇，以资鼓励。但这个制度有个缺陷，那就是必须允许退货。

犹太人正是盯上了日本的“提前付外汇”和“退货”这两点。这样，犹太人先与日本出口商签订合同，将美元卖给日本，然后耐心等待，等到日元升值，再以退货的方式将美元买回来。一卖一买，利用日元升值造成的差价，便可以稳赚大钱。

等日本政府的外汇储备达到 129 亿美元时，方如梦初醒，意识到这种状况的危险，然后才停止“外汇预付”，不过，还留了一个尾巴，允许每天成交 1 万美元。最后，等外汇储备达到 150 亿美元时，日本政府只好宣布日元升值，由 360 日元兑换 1 美元提高到 308 日元兑换 1 美元。这样，犹太人在短短几个月内 1 美元就净赚 52 日元，日本政府则总共损失了 8 亿美元，相当于每个日本人损失 5000 日元。而这笔钱据说大多是犹太人赚去了。难怪有的犹太人流着泪感谢日本政府的宽大和愚蠢，愚蠢到不用说及早关闭外汇市场，就是按原比值退还预付款的办法也不敢用。

按理说，日本的“外汇预付制度”本来是为了促进日本企业开展外贸的。

接到国外订单，尽早拿到外汇就可以及时进口所需的原料，确保按期交货；企业拿到预付款还可以减少资金占用，何乐而不为？而且，允许退货，也是交易场上的常例，本身并不是什么大漏洞，除非在日元升值的情况下。

而犹太人之所以如此，就是想钻其原来并不是漏洞的漏洞，那就是巧用日本的法律。因为犹太人的用意在于付款和解除合同，他们压根儿就没有要货的意思，只不过是赚了钱而卖出买进一回。

有这样一则犹太商业笑话，其中就蕴含了这一基本思路：

一个犹太人走进纽约的一家银行，来到贷款部，大模大样地坐了下来。

“请问先生有什么事情吗？”贷款部经理一边问，一边打量着来人的穿着：豪华的西服、高级皮鞋、昂贵的手表，还有领带夹子。

“我想借些钱。”

“好啊，你要借多少？”

“1 美元。”

“只需要 1 美元？”

“不错，只借 1 美元。可以吗？”

“当然可以，只要有担保，再多点也无妨。”

“好吧，这些担保可以吗？”

犹太人说着，从豪华的皮包里取出一堆股票、国债等，放在经理的写字台上。

“总共 50 万美元，够了吧？”

“当然，当然！不过，你真的只要借 1 美元吗？”

“是的。”说着，犹太人接过了 1 美

238 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

元。

“年息为 6%。只要您付出 6% 的利息，一年后归还，我们就可以把这些股票还给你。”

“谢谢。”

犹太人说完，就准备离开银行。

一直在旁边冷眼观看的分行长，怎么也弄不明白，拥有 50 万美元的人，怎么会有来银行借 1 美元这种事情。他慌慌张张地追上前去，对犹太人说：

“啊，这位先生……”



“有什么事情吗？”

“我实在弄不清楚，你拥有 50 万美元，为什么只借 1 美元呢？要是你想借 30 万、40 万美元的话，我们也会很乐意的……”

“请不必为我操心。只是我来贵行之前，问过好几家金库，他们保险箱的租金都很昂贵。所以嘛，我就准备在贵行寄存这些股票。租金实在太便宜了，一年只须花 6 美分。”

这是一则笑话，一则只有精明人才想得出来的关于精明人的笑话。这样的

精明，一般人是学不到的，因为它不仅是盘算上的精明，首先更是思路上的精明。

贵重物品的寄存按常理应放在金库的保险箱里，对许多人来说，这是惟一的选择。但犹太商人没有囿于常情常理，而是另辟蹊径，找到让证券等锁进银行保险箱的办法。从可靠、保险的角度来看，两者确实是没有多大区别的，除了收费不同。

这就是犹太商人在思维方式上用的所谓“反向思维”。

通常情况下，人们是为借款而抵押，总是希望以尽可能少的抵押争取尽可能多的借款。而银行为了保证贷款的安全或有利，从不肯让借款额接近抵押物的实际价值，所以，一般只有关于借款额上限的规定，其下限根本不用规定，因为这是借款者自己就会管好的问题。

然而，就是这个银行“委托”借款者自己管理的细节，激发了犹太商人的“反向思维”：犹太商人是为抵押而借款的，借款利息是他不得不付出的“保管费”，既然现在没有关于借款额下限的规

定，犹太商人当然可以只借 1 美元，从而将“保管费”降低至“6 美分”的水平。

这样一来，银行在 1 美元借款上几乎无利可图，而原先可由利息或罚没抵押物上获得的抵押物保管费也只区区 6 美分，纯粹成了为犹太商人义务服务，且责任重大。

这当然是个笑话，但拥有 50 万美元资产的犹太商人在寄存保管费上精打细算的做法，绝不是笑话，而是借“反向思维”来达到“巧用法律”的结果。

NO 71

都按规矩办事 精于合理地赚大钱

正如犹太商人本身就是从中世纪经济瓦砾堆——放债和经商中悄然崛起一样，犹太律师以其对法律本质的体会、对公平正义的酷爱、对财产分布的谙熟，同样从瓦砾堆中崛起了，他们为倒霉蛋提供法律服务，帮助同胞们运用法律武器来改变其倒霉命运的同时，也彻底改变了自己的倒霉律师的悲惨处境。犹太律师成了律师王国的幸运儿！犹太商人成了世界著名的守法商人。

“股东诉讼”和“人身伤害诉讼”是犹太律师开创并最擅长的两种法律事务。

股东诉讼从法律上来讲，就是要求公司的经营者必须向所有拥有公司部分产权而又互不联系的人说明公司的经营情况；从具体要求上，则是受到损害的中、小股东向公司或其经营者索赔的法律交涉。

“人身伤害诉讼”也就是今天我们说的“保护消费者权益运动”的一部分和前身。从法律上来讲，人身伤害诉讼的

核心是要求物品的生产者和服务的提供者对产品和服务负责，承担由产品和服务所引起的对消费者的一切恶果；而从具体要求上说，就是个体因受产品或服务的损害而向产品生产者和服务提供者索赔的法律交涉。

* * * * *

股东诉讼和人身伤害诉讼的一个突出的共同点，就是它们都是由弱小而受到损害的个体公民针对造成损害的法人和机构提出的起诉。这是一场力量悬殊的法庭决斗，法人和机构不但财大气粗，而且还可以雇用上百人的大律师团来“围歼”一个“倒霉蛋”。在普通人看来，提起诉讼的小人物纯粹是面对一场无望的决斗，纯粹是以卵击石。

但是犹太律师却不这样认为：他们清楚地认识到，随着人类文明的不断发展进步，民主、公正、人权这些概念将

不断增加新的涵义和内容，并在经济生活中得到越来越多的体现。并且，保护消费者和中、小股东不仅是保障个体权利的法律要求，也是维护经济秩序和经济生活正常运行的需要。因此，无论法人和机构在法律人才、金钱和时间方面占有多大的优势，也不可怕。

反过来，就经济效益而论，必输无疑的法人和机构不仅不可怕，而且还十分的可爱，还十分的受欢迎。因为犹太律师的商业头脑早就清楚，只有穷光蛋同穷光蛋的诉讼，才是真正的“瓦砾堆”，因为不管哪一方输赢，谁都拿不出钱来。而受损害的穷光蛋与财大气粗的法人或机构打官司，只要损害的事实得到法庭确认，原告索赔的要求得到法庭的支持，穷光蛋便会立刻由法人的赔款而“富裕”起来，损害越是严重，胜诉之后，得到的赔款也就越多。

鉴于这种情况，犹太律师创造了一种极为“合理”的收费方式，通常称为“成功酬金”或“胜诉酬金”。这种方式同其他法律服务的计时收费方式不同，接受人身伤害诉讼或股东诉讼委托的律师只在原告胜诉的情况下才收费，败诉则一文不取。然而，一经胜诉，律师酬金将高达损害赔偿费的20%—30%。

举一个例子，股东诉讼的老前辈、犹太律师波梅兰次曾接受一些股东的委托，同美国整个投资行业做过一番较量。他向法庭证明所有证券投资公司将管理费用打高了，并迫使他们将其降到应有水平，从而使公众少支出近4500万美元，反过来，他的事务所获得酬金为230万美元。

事实表明，犹太律师的利益同委托人的利益是牢牢捆在一块的。败诉，律师等于白忙了一回，做了一次义务劳动，免费服务；胜诉，则共享法人财主败诉的赔款，且回报率高。说得简单一些，犹太律师最终是赚“有钱人”的钱。从这里，我们又一次领略到了犹太人赚钱时的精明和高明。

* * * * *

犹太人看问题有一种内在的辩证眼光，非常善于从事物变化发展的动态中把握事物。犹太律师也是这样，他们在接受穷人的委托时，眼睛并没有只停留在委托人的那只干瘪的口袋上，而是从开始就由诉讼材料中看出被告的那只胀鼓的口袋，在审理结束时，结局会造成口袋的何种变化。说得浅显一点，他们一开始时就估计出了没钱人所受损害的法律意义具有多大的经济价值。从根本上来讲，犹太律师起到的无非就是这一“法律意义”向“经济价值”转化过程中的“中介”作用，就好像一般商人将物的作用价值转换为商品的交换价值一样。

对于犹太律师的这本法律生意经，英国的一位经济学观察家估计得非常准确，虽然在表达形势上略显火爆了一些：贪婪犹如饮食，同是人的本性，而为真实的或想象的伤害索取高额损失赔偿如苹果馅饼，同是美国的特色，这不是偶然，美国的律师行业为了提高自己的营业额，发明了一种巧妙的推销手段，即成功酬金，这就是用来答谢律师的那肥肥的一大块肉——一般占律师为委托人

242 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

争取到的损失赔偿费的 30%，如果要是败诉，就什么也得不到了。这正是货真价实的美国实业传统。无销售，无佣金，还有比这更公平的吗？如果你一旦接受了这一条，法律就不仅是最高法院崇高的尊严，而且还像爆米花或女子发型那样可以出售的商品了；那么，你还能因

为以法律为业的人四处叫卖而抱怨吗……对稳妥的欧洲人来说，这种观念是令人震惊的，但它真的有害吗？

当然，即使以法律或正义为商品，只要是在维护法律、伸张正义的前提下赚的钱，总比违反法律、践踏正义的情况下赚的钱，来得正当、来得安稳。

NO 72

点子都是人想出来的 负了债，也有辙

犹太商人非常注意公司负债问题，那么他们怎么作好负债经营的账呢？

(1) 战胜高负债的冲击

对付公司缺“血”，第一是降低成本，第二是现金预算。

高负债公司常会面临这样的情况：短期债务已被用于增加老板的工资和红利，或购置固定资产；银行拒绝进一步提供短期贷款，还有可能要求偿还部分未付贷款；供应商和其他债权人要减少供货或停止提供资金；雇员花在抱怨的时间比工作的时间还要多；顾客基础萎缩，或充其量是稳定不变；应收账款结转大大超过预定日期。在这样的情况下，完全没有获得新资金的希望，然而新的资金来源却是公司生存的关键。没有足够的资金满足日常经营的需要，业务减少，前景渺茫。

在实施恢复战略之前，有必要保护个人财产，因为几乎每一位成功地拯救濒临破产的公司能使之赢利和不断发展的老板，在个人财产仍处于危险之中的情况下，恐怕不会同意做出使公司获得

成功的承诺。保护个人财产的方法有：把它们保存在债权人不能到达的场所，或者不在你的名下保留任何贵重的财产。为了安全起见，最好将你的所有财产转换给局外人，如配偶、子女、委托人或亲属。当然，你更应聘请一位熟悉个人破产法的律师。

高负债公司最有效的现金管理办法是现金预算。当采取了尽可能地降低成本的措施后，仍无足够的流动资金，那你就有必要实行现金预算。间隔时间越短，管理越严，预算越容易。首先要考虑重要的债权人，另外还应考虑工资和租金。剩余的资金可以用于支付票据。

分配可获得的资金的根本目的是保证公司有足够的资金继续经营。到了紧急关头，原料、产品的供应商和购买的服务总是在工资、经常性的账单、税收、债务本息之后，获得支付。虽然这种获得额外信用的方法不会受欢迎，但当你正在为生存而挣扎的时候，不应再考虑那么多了。工资、租金、公共事业费和

244 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

电话费、贷款利息、货款本息、重要材料和服务的采购费、税收、非重要的采购和服务，这样的优先顺序值得你在支付时做参考。

利用杠杆作用从重要的供货商那里获得优惠的条件是可能的。威胁说要转向该供应商的竞争者购货，通常会使最固执的供应商同意你的条件。

威胁说要破产也可能有一个很巧妙的谈判技巧。许多小公司发现这种威胁法几乎可以获得他们选择的任何条件。因为无担保债权人知道一旦公司破产，他们只能获得应得的一小部分资金，在得到任何支付之前，他们要等很长时间。

把部分债权转为公司股权，接受来自客户供应商的权益资本，延期付债等也可采用。

(2) 与债主拉好关系

公司创立时，很少会因为负债太多而倒闭。倒闭的原因，是没能和债主拉好关系，要拖延一下还债的时间，等到公司的财务稳健了再还债。

资金不足的公司，仍然能支撑得很久；就算是拖欠了许多债务，还是能继续生存下去。要是照着常识来拟定策略的话，财务专家看了，准会吓死。

①打从一开始，就要以智慧解决债务问题。秘诀不在于借贷数量的多寡，而在于要花多少时间才能偿付债务。创业时贷款取得融资，并不是问题，但是如果偿付债务的时间不能和资金周转计划相配合时，就有问题了。

②别让债务把你吓倒。不论你怎样详细地计划，在创业后的奋斗生存时期，桌子上总是堆着无数还没有偿付的账单，这

是必须付出的代价。因为创业时的融资，不是自己的钱，而是向别人借来的。随着时间的推移，资金逐渐周转开来，利润也滚滚而来，堆积的账单自然会减少，这时候，你的失眠自然会不治而愈了。

③要和债主多多沟通。如果你时常和债主保持联系，让他们了解生意进展的状况，债主会很耐心地等待。如果你不能按照约定日期还债，还没有拖欠债务以前，就要通知他们。也许你会碰到这样的情形，创业时，你有个好主意，能够清偿借债，但是商场上实际的状况却迫使你与债主谈判了好几次，才找出真正偿还债务的方法。

④告诉债主，生意未来的发展，或者是偿付一点点旧债，都可以令债主满意。如果以贷款进货，然后就不再理会债主，就好像是没欠他似的，这样才会演变成严重的问题。

⑤和债主讨价还价的时候，或许有一两个比较急躁的债主急着催债，那么你就要想法子拉拢大债主，大债主能说服小债主，不再给你添麻烦。

⑥偿还债务有缓急之分，基本的经常费用包括租金、薪水、设备费用——通常排在最前面；接下来就是税收，国税局是很难缠的；有些厂商是供应一些基本的、不可或缺的货品，是维系你生意命脉的，偿还那些厂商债务，应优先考虑；手中握有抵押品的银行或其他债主；比较次要的供应厂商，可以排在后面，晚一点再偿还他们的债务，这样一来，资金就不会周转不开了。

虽然，我们要让收支相抵，会遭遇相当阻力，但是，公司经营者的目标，就是

要克服万难，生存下去。许多人失败了，因为找不到出路，赚不了钱。还有些人，努力把公司的营运导向正确的途径，但是，受到债主不断的压力，最后却轻易罢手。非常的问题需要非常的手段才能解决，我们了解了这点，就有支撑下去的力量。无数公司创业时，都经过一番奋斗，后来大幅调整偿付债务的方式，才渡过难关。不管怎样，创业之后的下一个步骤，自然就是维持公司的营业。

(3) 解决资金短缺的策略

如果你的公司遇到了资金短缺的问题，而此时你又制定了公司大规模发展的计划，可以预见公司迟早会耗尽所有的现金。资金的短缺程度取决于你是否能及早意识得到这个问题，你是否及时采取了积极有效的应付措施。这里，我们将集中讨论在公司面临资金严重短缺的情况下所能采取的最有效的解决办法。

① 加快资金的流入

当你的资金短缺时，能帮助你解决问题的第一措施就是加快资金的流入。找到所有应收账款，看看是否有办法尽快地收回这些款。打电话去问一问，以最动听的语调、最诚恳的态度请求对方——“我们现在的现金流动有点困难，如果您现在能先支付给我们一笔款，我们将不胜感激。”在必要的情况下，为能尽快让对方付款，可以给对方的快速付款提供一点小折优惠或给预先付款提供大折优惠，在给你的客户售货时，应毫不迟疑地要求他们尽快付款，尽管在原先的销售合同里并没有提出这样的要求。

② 降低资金的流出

在资金极度短缺的时期，你得精打

细算，搞清哪些钱是你必须先付的，而哪些钱则可以后付。记住，不管什么规模的公司，能在既定的时间里按时付款的简直是凤毛麟角。如果你欠了一个客户的一大笔钱，而这个客户对你来说非常重要，此时你行事要谨慎一些。如果你确实要延期较长的一段时间后才能付第一笔款，那你事先得和这个客户商量一下，征得他的同意。如果你能确定付款的确切日期（特别是能确定汇出货款的日期），你更应该提前告知对方，这无疑会帮助你再次得到对方的赊货。

③ 处理好与关键的债权人的关系

要确保是由你来决定先把货款付给谁和什么时间付款，而不是由债权人来决定。不要被电话催款者的怒吼声所吓倒，要首先把款付给那些对你的公司的经营具有举足轻重地位的债权人。

一些债权人可能会这样吓唬你：“我们将采取进一步的行动”或“我们将把你的账户告诉给催款机构”或“我们将在法庭上见面”等，不要对此惊慌失措，这没有什么可担心的，如果某个债权人确实想把你送上法庭，离听证会还有好几个月呢！

如果你无法确定你付款的确切日期，那你就不要对债权人做出付款的承诺。否则一旦你违背了你的付款诺言，债权人可能就更加咄咄逼人，怒不可遏。相反，你应告知债权人你已把他们列入你准备付款的名单，向他们保证你不会忘记给他们付款，告诉他们不会等得太久，但不要告诉付款的确切日期。

④ 对一般债权人

你同样不能忘记要给你普通的债权

246 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

人付款，但那是在你有了额外的资金后
才能考虑，因为你得优先给你最重要的
债权人付款。给普通的债权人付款对你
维持公司的正常经营也是非常重要的。

(4) 经济不景气时的对策

仅靠一年一次给税务机关提供的会计
报表，在经济低迷的状况下，并没有什么
帮助。如果亏损已达到资不抵债的程度时
已来不及处理了，那后果真不堪设想。



所以，我们认为首先必须先整理出
借贷对照表和损益表。应该实施的有下
面几件事：

①每三个月实施一次盘点；

②每个月要提出经费开支，为了能
和前年同月做比较，将前年同月的经费
开支写在旁边；

③每月的损益表、借贷对照表，也
要写上前年同月的数字；

④不做盘点时，要用推定来计算。

这些事会计人员都可以做，但如果
不能做时也可以请会计师每个月来整理，
将这些数字累积起来，做一份跟前年同
月数字做比较的连续一览表。

看着这些数字，立刻懂得它所代表
的意思，自然可以想出办法制定将来的

对策。如果不放心光凭自己的想法亦可
参考前辈们是如何做的，再靠自己的决
断来实行、体验。这就是一位经营者的
工作，也是作为现代经营者的方法。

做好借贷对照表和损益表后在订立
下年度的对策时，应该要注意哪些呢？
大致说来，有以下几点：

①当经费增加而困难时，就要调查
那些项目的内容，并订立对策来实施。

②营业额降低，怎么办？

③利润降低，怎么办？

④库存多，如何处理？

⑤借款多，怎么办？

这些项目都应该跟自己公司的实际状
况做综合性的比较后，再制定对策，其结
果又会以数字的形态出现，为顺利实施对
策提供保证，经营起来也会更有趣的。

第十一章

讨钱术：看人下菜碟

多说些赞美感谢的“奉承话”，设法化解其防御的心理。
——犹太商人的金钥匙

犹太商人的富脑袋

犹太商人完全明白收账不能一个调子唱到底，要因人而异，见什么人唱什么歌，换句话说，什么庙念什么经，到什么山上说什么话。对付债务人，也应“看人下菜碟”，因人而异制定讨债策略。

NO 73

摸清债务人的底 看一看葫芦里到底藏的什么药

犹太商人认为，做生意赚钱也好，赔钱也好，就是不要赊账，这是赚钱大师们的经验之谈。生意人要在最短的时间内，将手里的资金赚取最大的利润，不论此资金是自有的还是借来的，都务求要有最大的回报率和增长率。在做生意的过程中，越能加速资金的回收，就越能最大限度地发挥资金的增值效应。资金的回收比较慢，固然令资金使用效率大减，此外，积压产品太多和固定资产过于庞大，也会使资金积压而不能获得有效地使用。

每一个生意人都会认为生意越多越好，社会上评价一个生意人是否成功，往往也主要是看其营业额、增长率和利润。一家公司可以生意天天有，但是资金回收问题，往往却被不恰当地忽略。这样做生意的结果，订单蜂拥而至却并不意味着现金大量流入，假如十个客户中有九个资金周转有问题，不能及时付清货款，那你的公司就会出现非常严重

的资金流通问题。

做生意都不容易，要在收账时摸清债务人的情况与心理，不要硬收。

应收的账款不能及时兑现，公司与客户之间就形成了债务关系。这是令所有公司老板头疼的问题。怎样理顺双方关系、解决债务问题呢？首先必须对债务人的情况有全盘的了解。

债务人包括公民和法人两种，因法人团体为单个公民所组成，所以其心理状况一般区别不大，但其境况和心理外在表现却是不同的。

(1) 存在争议

法人作为债务人，因其是为一定的经济目的而存在，为一定的经济目的而为法律行为——签订履行合同，因而法人之间的债务纠纷，一般是债权人与债务人之间对债权债务的某一方面存有争议。这种争议可由一方过错而造成，又可因双方过错而造成；也可因一方认识错误而造成。

250 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

对此种情况,因债权债务双方同为一定经济目的,通过摆事实,讲道理,分清是非,一般可以解决,双方协商不成,通过调解仲裁和诉讼,达成协议或裁决一般比较容易执行。处理这类债务,一定要抓紧时间,避免损失过大,否则给解决纠纷造成困难。

(2) 无力偿还

法人作为债务人,另一种情况,是由于种种原因,已无力偿还。造成无力偿还的原因,有自身的:如经营管理不善,拆东墙补西墙,挥霍浪费,各种经济联合体或私营公司内部发生纠纷等;有外部的:如市场物价变化,国家机构、计划改变,上当受骗等。

这类债务人对债务的心理性态,可分为积极的——即想方设法偿还债务;消极的——即无动于衷,漠然处之。对于积极的债务人,可尽可能地帮助支持,争取债务人早日清偿债务。对消极的债务人应施加压力,尽快采取法律手段。

(3) 故意拖欠

故意拖欠是指有偿还能力的法人,寻找种种借口,拖延履行义务。在实践中,经常遇到的是债务人声称无履行能力或答应履行,但到期变卦;也有胡搅蛮缠,听起来好像自己不但不应履行义务,反而还受到了损失。故意拖欠还有一种常见的现象,就是推躲不见讨债人员。

这类债务人的心理是:能磨就磨,能拖就拖,能少还就少还,不见棺材不落泪。对故意拖欠者,除了采取强有力的措施使其感到不履行义务对自己的经营活动有影响、对个人在声誉道德方面有损害外,请求国家强制力制裁是最有

效的方法。

(4) 存心赖账

存心赖账,根据其赖账心理形成的时间不同,可分为一开始就准备赖账、在变动过程中有机可乘赖账,或根据讨债者的情况赖账三种。

这三种赖账一般表现为:拒不承认其义务,或强词夺理,吹毛求疵,寻找债权人的缺点,或干脆外逃难寻。一旦发现债务人赖账的动机就要引起高度重视,即请国家机关处理,同时收集必要证据,不给债务人可乘之机。

(5) 蓄意诈骗

蓄意诈骗,是指诈骗人一开始就以骗取财物为目的。企图利用合同纠纷等合法手段,达到非法目的,对此类债务人,万不能让其抓住债权人讨债要款心切的心理,或与之妥协甚至为其掩盖罪行。这样做的后果,非但不能达到讨回欠款的目的,反而给讨债增加难度,使犯罪分子越发猖獗。

在实际上,债务人境况和心理相当复杂,而且处于不断变化之中,在此难以举例,但需提出的是:当债务主体是公民或公民利用法人名义而实际债务人是公民时,债务人躲藏外逃甚至被关押、判刑的情况屡有发生,给讨债带来了巨大不利,对此,讨债人员的决心和意志就对讨债起重要作用,尽早诉诸国家机关有利于减少损失。

另外,在实际中还遇到债务人死亡的情况,对债务人死亡后债务由谁承担,继承法对此有原则性规定,一般继承人继承其财产的,同时应承担被继承人的债务。继承人放弃继承的,可以不承担

被继承人的债务，但是如果债务人生前已将他财产以各种方式交给了第三人，在可能的情况下，法律规定应当返还债权人财产，债权人就应努力追讨。

经商做生意，并不都是现钱交易。不可避免地总会有相当一部分货款压在客户手里。公司经营者必须掌握一套高超的收账技巧，只有账款到手，才能保证利润的最后实现。

下面介绍9种犹太商人成功收账的要领：

(1) 要与客户约好收款及付款的时间

“定期造访”是经营者顺利回收货款的基本入门功夫，故把它列入收款的第一要领。

经营者与客户约定收款时间时，要推己及人。卖主安排何时收款，要选择顾客与自己双方都觉得方便和适当的时间。如果一味顺着客户的时间拜访，容易让客户产生“随波逐流”的不良印象。但也不能强求客户配合自己的时间而开罪客户。换句话说，要寻找对双方均有利的收款时间，才是高明的生意人的做法。

(2) 收款前应将账目事先确认

传统的收款方式，都是由卖方到客户营业所在地提示有关的债权凭证（如订货单、送货单、签认单和统一发票等），供客户逐笔核对，等客户确认与其拥有的“副联”核对无误后，再签发票据或点交现金给卖方。这种当面结款的方式，最大的缺点是对账时卖方必须陪侍在侧，与客户逐笔核对，结果是浪费了卖方的不少宝贵时间。

为克服这一点缺点，卖方可在约定的收款时间以前，先行编制客户的“账

单清单明细表”，表内详细逐笔记载订货日期、数量、单价、总金额、统一发票号码等项目，邮寄给客户，供其做核对付款之用。

客户收到“账单清单明细表”，就可先行做核对工作，若内容所载正确无误，客户就可根据双方约定的付款期限，预先签发票据或准备现金，等卖方准时来收款时，双方就能在极短的时间内完成交款收款的工作。

当然，客户对“账单清单明细表”所载内容有疑问时，可立即打电话向卖主征求意见。这样，能节省双方当面会账的时间。

(3) 收款时“先收后卖”

许多高明的卖主为有效地利用时间，常利用同一次拜访客户的机会来做“一鱼两吃”——推销和收款同时展开。其优点是可节省专程收款的拜访时间，其缺点是脚踏两条船，经常出现两头落空的结果。

因此，要实施“一鱼两吃”的战略，必须坚持“先收后卖”的原则，先与客户结清积欠款项，再进一步探求顾客的需要，这样才能顺利地进行货物推销。有句经商谚语“推销开始于收回货款”，这是这个原则的最佳注脚。

(4) 碰到客户抱怨困难时，实行化整为零的收款方式

卖方偶尔碰到一些经济情况较差的客户，这些客户会大念“赔钱经”，并且说：“等我情况好转一点的时候，我会主动地打电话通知你来收款……”没有确定付款日期，含糊其词。

面对这种情况，卖方要特别谨慎提

252 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

防，切莫上当中计，并且要拿出“全场紧逼盯人”的战术。根据客户的经济情况可考虑客户分期付款，但必须要求客户明确每期应付的金额及付款日期。

这种“化整为零”的付款方式，对客户而言，不至于发生太大的财务困扰。由于在契约中明确指出客户每期付款的金额和日期，并请客户在契约上签了字，在这无形中增加了客户的压力，对拖欠的货款收回是较为有效的方法。

(5) 对东折西扣型的客户先礼后兵

东折西扣型的客户最喜欢贪小便宜，在付款时，不是对于零头尾数拒绝给付，就是对于事先谈好的折扣要求降低。这类客户认为能多争取就不择手段地争取，

为了自己的利益可以牺牲别人的利益，只要有利可图，必然在付款时设法将货款东折西扣。

对付这类“死不要脸”的客户，收款时不妨采取下列对策：

①以和蔼的语气，坚决的态度，向其解说按契约条件付款的长期利益。

②验证该客户过去是否有短付的“前科”。

③客户要求折扣的金额不多，且客户以往付款信用良好，不妨适当将就一些。

④客户信用不佳，且经常短付，最好不要接受客户折让的要求，以建立“买卖算分”的收款形象。



对于这类客户，不妨“先礼后兵”，“施以高压”，务必设法全数收回，绝对不可姑息养奸，给今后的收款增加更多的麻烦。

(6) 对挖苦取乐型的客户应耐心争取

挖苦取乐型的客户经常在卖方收款时，说些利润微薄、销路不佳等大吐苦水及挖苦人的话，他们想以此让收款人给予特别的优惠。

对于这类客户，实施收款的对策是：

①多加倾听，让其适度地抱怨、挖苦，以解除其心理的郁闷。

②向客户提供增加销售的秘诀和说明“同心协力”的重要性。

③激发其“荣誉感”，使其了解按时依约付款是善待客户的具体表现。

④以亲切说和的态度，赞扬客户提供的建议，并告诉客户今后将尽量采纳客户的意见，尽可能满足其要求。

(7) 对自命清高型的客户多说些赞美话

自命清高型的客户在处理结账事宜时，通常都会摆出“头主是王”的傲慢态度。这类客户之所以如此表现，往往是自卑心理在作祟，故作冷酷无情，以免受害。

应付这类自命清高、眼睛长在头顶上的客户，实施收款时，不妨依照下列步骤来进行：

①多说些赞美感谢的“奉承话”，设法化解其防御的心理。

②保持“若即若离”的距离，使其自觉“与众不同”。

③多向其请教成功经验，并做个良

好的听众。

④多多提供具体有效的服务，使客户认识我方的存在价值，并使其了解我方的重要性。

(8) 对看样学样型的客户晓以利害

看样学样型的客户在付款时，所表现出来的行为是举棋不定，犹豫不决。其心理特征是惟恐自己付款会吃亏，有暂时拒绝付款的意思，对付款所持的态度是谨慎保守，在别人付款后，才愿意有样学样地付款。

对付这类客户，收款对策有：

①针对其模仿心理，举证说明其他客户付款的实情。

②晓以利害，说明不按时付款，将会面临的各种困扰。

③说明“信用第一”在商业往来中的无形价值，坚定其依约付款的信心和决心。

④拿出其他客户已经付清货款的现金、支票或凭证向客户展示，让其“看样学样”地付款。

(9) 尽量避免争辩

收款不顺，有时往往起争辩。买卖双方争辩时，所用的无情、尖刻字眼和证据，很容易刺伤客户的自尊心。因此，当客户无理地争论付款票期比同业来得短，不合行情，要求比照同业票期支付货款时，收款的卖方一定要冷静对待，避免和客户直接争辩，设法和其以“心平气和”的方式“讨论”解决之道，千万不能以“辩”制“辩”。否则，纵然赢了争辩，而失去了收款的良机，这又有什么意义呢？

NO 74

因人口味不同上菜碟 见什么人，唱什么歌

犹太商人完全明白收账不能一个调子唱到底，要因人而异，见什么人唱什么歌，换句话说，到什么庙念什么经，到什么山上说什么话。对付债务人，也应“看人下菜碟”，因人而异制定讨债策略。

(1) 对付“强硬型”债务人采取沉默策略

这种债务人最突出的特点是态度傲慢，面对这种债务人，寄希望于对方的恩赐是枉费心机，要想取得较好的讨债效果，需以策略为向导。总的指导思想是，避其锋芒，设法改变认识，以达到尽量保护自己利益的目的。具体运用形式为：

①沉默策略

沉默是指在讨债实践中，观看对方态度而不开尊口。这种策略对待态度“强硬型”对手不失为一个有力的清债手段。上乘的沉默策略会使对方受到心理打击、造成心理恐慌，不知所措，甚至

乱了方寸，从而达到削弱对方力量之目的。沉默策略要注意审时度势、灵活运用，运用不当，效果会适得其反。如一直沉默不语，债务人会认为你是慑服于他的恐吓，反而增添了债务人拖欠的欲望。

②软硬兼施策略

这个策略是指将清债班子分成两部分，其中一个成员扮演硬性角色即鹰派，鹰派在清债的初期阶段起主导作用；另一个成员扮演温和的角色即鸽派，鸽派在清债的结尾扮演主角。

这种策略是清债中常见的策略，而且在多数情况下能够奏效。因为它利用了人们避免冲突的心理弱点。如何运用此项策略呢？在与债务人刚接触并了解债务人心态后，担任强硬型角色的债权人员，毫不保留地果断地提出还款要求，并坚持不放，必要时带一点疯狂，酌量情势，表现一点吓唬人的情绪行为。

此时，承担温和角色的清债人员则

保持沉默，观察债务人的反应，寻找解决问题的办法。等到空气十分紧张时，鸽派角色出台缓和局面，一面劝阻自己伙伴，另一方面平静而明确地指出，这种局面的形成与债务人也有关系，最后建议双方都做让步，促成还款协议或只要求债务人立即还清欠款、放弃利息、索款费用要求。

需要指出的是，在清债实践中，充当鹰派角色的人，在耍威风时应紧扣“无理拖欠”这份理，切忌无中生有，胡搅蛮缠。此外，鹰鸽派角色配合要默契。

(2) 对付“阴谋型”债务人采取“车轮式”策略

公司之间经济往来应以相互信任、相互协作为基础进行公平交易。但在实践中，有些人为了满足自身的利益与欲望，常利用一些诡计或借口拖欠一方债务，甚至是“要钱没有，要命一条”的无赖样。下面介绍几种对付策略：

①反“车轮战”的策略

此处的“车轮战术”是指债务人一方采用不断更换接待人员的方法，达到使债权人筋疲力竭，从而迫使其做出某种让步目的。对付这种战术的策略是：

〈1〉及时揭穿债务人的诡计，敦促其停止车轮战术的运用。

〈2〉对更换的工作人员置之不理，可听其陈述而不做表述，这可挫其锐气。

〈3〉对原经办人施加压力，采用各种手段使其不得安宁，以促其主动还款。

〈4〉紧随债务公司的负责人，不给其躲避的机会。

②“兵临城下”策略

这种策略的意思是，对债务人采取

大胆的胁迫，看对方如何反应。这一策略虽然具冒险性，但对于“阴谋型”的债务人时常有效。因为债务人本身想占用资金，无故拖欠，一旦被识破诡计，一般情况下会打击他们的士气，从而迫使其改变态度。

例如，对一笔数额较大的货款，债权人派出十多名清债人员到债务公司索款，使其办公室挤满了债权人公司的职工。这种做法必然会迫使债务人尽力还款。

③对“合作型”债务人的策略

“合作型”债务人是清债实践中人们最愿接受的。因为他们的最突出特点是合作意识强，能给双方带来皆大欢喜的局面。所以对付“合作型”债务人的策略思想是：互利互惠。

〈1〉假设条件策略

即在清债过程中，向债务人提出一些假设条件，用来探知对方的意向。由于这种做法比较灵活，索款在轻松的气氛中进行，有利于双方在互利互惠基础上达成协作协议。例如：“假如我方再供货一倍，你们前面的款还多少？”“每月还款 10 万元，再送货 2 吨棉纱怎样？”等。

需要指出的是，假设条件的提出要分清阶段，不能没听清债务人意见就过早假设。这会使债务人在没有商量之前就气馁或使其有机可乘。因此，假设条件的提出应在了解债务人的打算和意见的基础上。

〈2〉私下接触策略

它是债权公司的清债人员或业务员等有意识地利用空闲时间，主动与债务

256 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

人一起聊天、娱乐，目的是增进了解、联络感情、建立友谊，从侧面促进清债的顺利进行。

④对待“感情型”债务人的策略

在国内公司中最常见的人是属于“感情型”，这性格往往很容易接受。其实在某种程度上，“感情型”的债务人比“强硬型”债务人更难对付。“强硬型”债务人容易引起债权人警惕，而“感情型”债务人则容易被人忽视。因为“感情型”性格的人在谈话中十分随和，能迎合对手兴趣，能够在不知不觉中把人说服。

为了有效地对付“感情型”性格的债务人，必须利用他们的特点及弱点制定相应策略。

“感情型”性格的人一般特点是与人友善、富有同情心，专注于单一的具体工作，不适应冲突气氛，对进攻和粗暴的态度一般是回避的。

商谈时，柔弱胜于刚强。因此，要训练自己培养一种“谦虚”习惯，多说：“我们公司很困难，请你支持”、“我们面临停产的可能”、“拖欠货款时间太长了，请你考虑解决”、“能不能照顾我们厂一些”等。由于“感情型”的人性格特点，会考虑还款。

〈1〉恭维策略

“感情型”的债务人有时为了顾及“人缘”而不惜代价，希望得到债权人的承认，受到外界的认可，同时也希望债权人了解自身公司的困难。因此，债权人清债人员要说出一些让债务人高兴的赞美话，这些对于具有“感情型”性格的人非常奏效。如“现在各公司资金

都困难，你们厂能搞得这么好，全在你们这些领导”。“像你们这个行业垮掉不少了，你们还能挺过来，很不错。”“你们对我们厂支持，我们厂是公认的。”

〈2〉选择进攻策略

在不失礼节的前提下保持进攻态度：在索款一开始就创造一种公事公办的气氛，不与对方打得火热，在感情方面保持适当的距离。与此同时，就对方的还款意见提出反问，以引起争论。如“拖欠这么长时间，利息谁承担”等。这样就会使对方感到紧张，但不要激怒对方。因为债务人情绪不稳定，就会主动回击，他们一旦撕破脸面，债权人很难再指望商谈取得结果。

⑤对待“固执型”债务人的策略

“固执型”的债务人在清债中也常会遇到。这些人最突出特点是坚持所认定的观点，有一种坚持到底的精神。这种人对新的主张、建议很反感，需要不断得到上级的认可、指示，喜欢照章办事。

〈1〉试探策略

这一策略是用以摸清“敌情”的常用手段，其目的是用来观察对方反应，以此分析其虚实真假和真正意图。如提出对双方不利的还款计划，如果债务人反应尖锐，那就可以采取其他方式清债（如起诉），如果反应温和就说明有余地。

运用这一策略，还可以试探固定接待或谈判人的权限范围。对权力有限的，可采取速战速决的方法。因为他是上司意图的忠实执行者，不会超越上级给予的权限。所以在清债商谈中，不要与这种人浪费时间，应越过他，直接找到其上级谈话。对权力较大的“固执型”公

司负责人，则可以采取冷热战术。一方面以某种借口制造冲突，或是利用多种形式向对方施压力，另一方面想方设法恢复常态，适当时可以赞扬对手的审慎和细心。总之通过软磨硬泡的方法达成让对方改变原来想法或观点的目的。

〈2〉先例策略

“固执型”债务人所坚持的观点不是不可改变，而是不易改变。认识不到这一点，你的提议就会被限制住。为了使债务人转向，不妨试用先例的力量影响他、触动他。例如，向债务人公司出示其他债务人早已成为事实的还款协议，法院为其执行完毕的判决、调解书等。

⑥对待“虚荣型”债务人的策略

爱虚荣的人一般具有这样一些特点：自我意识较强，好表现自己，对别人的暗示非常敏感。另一方面要善于利用其

本身的弱点作为跳板。

以熟悉的事物展开话题：与“虚荣型”债务人谈索款，以他熟悉的东西作为话题，效果往往较好，这样做可以为对方提供自我表现的机会，同时还可能了解对手的爱好和有关资料，但要注意到虚荣者的种种表现可能有虚假性，切忌上当。

〈1〉顾全面子策略

索款可事先从侧面提出，在人多或公共场合尽可能不提要款，而满足其虚荣。不要相信激烈的人身攻击会使对方屈服，要多替对方设想，顾全他的面子，同时把顾全其面子的做法告知债务人。

当然，如果债务人躲债、赖债，则可利用其要面子的特点，与其针锋相对而不顾情面。



〈2〉制约策略

“虚荣型”最大一个弱点是浮夸。因此债权人应有戒心，为了免受浮夸之害，在清债谈话中，对“虚荣型”者的承诺

要有记录，最好要他本人以公司的名义用书面的形式表示。对达成的还款协议等应及时立字为据。要特别明确奖罚条款，预防他以种种借口否认。

No 75

会要的，不如会讨的 两手都有狠招

犹太商人经商最忌讳欠别人的账，同时也不希望别人欠自己的账。为摆脱债务问题的困扰，犹太商人为你总结出的八种讨债方式。

(1) 公关手段

讨债对债务人来说，心里肯定不乐意，因此债务人总想千方百计同债权人进行周旋，寻找继续拖欠或者赖债的借口，这样讨债人仅只是具有讨债这方面的素质和知识还不一定能完成讨债任务，还必须采取适当的技巧和计谋才能达到目的，讨债人可以将自己和债务人的主客位置在心理上调换一下。讨债人将自己的目的和任务理解成是请求债务人的帮助和自己是被债务人帮助和支持的对象。这样讨债人不是以债主的身份盛气凌人，从而在讨债人和债务人之间没有对立情绪产生，彼此之间没有指斥，没有对立，没有敌意。同时讨债人的这些行动还会使债务人的自尊心和虚荣心得到满足，从而可能会比较爽快地答应讨

债人对他的要求。

因此，讨债人和债务人彼此之间的关系是否和谐、融洽，对讨债行为能不能达到预期的目的有极大的影响。如果双方之间关系融洽，那债务人和讨债人就可以心平气和地坐在一起相互讨论，互相协调有关债务的履行的事情，反之双方不但不能坐下来互相协商，债务人为抵制讨债人而出的难题，给讨债人增添许多烦恼和忧患。那么讨债人是否能与债务人建立起这样的关系，关键就要看他的公关能力了。

* * * * *

公关手段不同于行政手段、经济手段和法律手段去讨债，是有计划的公关活动，改变债务人到期不履行债务的态度，引发债务人还债。

欧洲的一位公关经理曾对公关手段做了一个形象深刻的比喻，他说：“公共

关系好比一个年轻人追求情侣，其方法是多种多样的，他可以任选其一；努力把自己打扮得漂亮一点，使自己的言行举止风度翩翩，也算是一种吸引对方的方法，不过这仍然算不上是公共关系，而与广告差不多。如果这个年轻人经过一番周密的研究和思考，制定出一个详细的行动计划，然后自己埋头苦干，将计划付诸实际，用自己的行动和成绩赢得别人的赞扬，然后再借他人的口将自己的称赞传递开去，这就是公共关系。”

* * * * *

从这位公关经理的比喻里我们应当体会出，运用公关手段讨债最重要的是讨债人必须有一整套可能的行动计划，公关手段当然离不了社交、宣传等活动，讨债人的公关手段应当是一个包括社交、宣传、谈判等具体活动的有计划的以诱导债务人清偿债务为目的的活动。

(2) 利用行政干预

所谓利用行政干预手段帮助实现讨债，是指讨债人（或债权人）在讨债的过程中，经过自己努力的工作，取得了债务人的上级主管部门的同情与支持，通过债务人的上级领导机关对债务人进行说服教育，劝其尽快履行债务。

由于国家行政机关特别是公司或者法人的主管部门既负有为公司服务的义务，同时又享有对公司进行宏观管理和监督的权力，讨债人或债权人在讨债遇上障碍，自己不能采取合适的办法或有效的措施促使债务人履行债务时，他就

可以利用债务人（公司）的主管部门所享有的权力，去争取债务人（公司）的上级主管部门的同情与支持，通过主管部门和公司之间所拥有的特殊关系，请求债务人的主管部门帮助督促债务人履行债务合同。

这时债务人的主管部门一般不应当推辞或拒绝讨债人的要求，因为在主管部门所负有的对债务人（公司）的生产经营状况随时进行监督的职能中，就包括了监督债务人（公司）按时履行合同，比如用工合同、技术合同、购销合同、信贷合同等内容。也就是说，债务人的主管部门拥有监督、促使债务人按期偿还各种债务的权力，尽管主管机关一般从道理上讲不应拒绝讨债人或债权人的要求，但由于债务人和主管部门所具有的特殊关系，在实际当中主管部门往往可能表现出不愿意帮助债权人（或讨债人）实现其债权。所以讨债人（或债权人）应当做好债务人主管部门的工作，要想使讨债人利用行政手段达到目的，如何使债务人的主管部门愿意帮助讨债人，乐意为讨债人做工作是相当关键的一个关键。只有一种情况下讨债人不需要对债务人的主管部门多做工作即可获得他们的大力支持，那就是讨债人和债务人都属同一个行业、一个系统，都由一个政府业务机关主管。

需要提醒的是，讨债人在讨债过程中请求债务人的上级主管机关帮助讨债人实现讨债目的手法的范围是有限的，这是因为债务人的主管机关对债务人是否履行债务并没有任何强制措施，也就是说主管部门没有权力命令或裁决债务

260 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

人必须履行债务。债务人的上级主管部门只能采取说服教育或者为公司提供各种服务或者帮助公司改善经营管理提高其经济效益等方法，努力促使债务人讲信誉，守合同，尽快履行到期的债务合同。

(3) 运用经济抗衡

讨债中所谓经济抗衡手段是指债权人在讨债过程中根据双方合同（即合同双方互为债务人和债权人）应当同时履行的原则，针锋相对地迫使债务人履行债务的办法。

现实经济往来中的合同，多数都是双务合同，即债权人同时又是债务人，债务人同时也是债权人，比如在期货交易中，买卖双方你欠我物，我欠你钱，彼此互相欠债。如果负有先行给付义务的时间，针锋相对地进行抗衡，直到对方遵照合同规定先行给付为止。

这种利用经济抗衡讨债的办法有些讨债人称之为“自动电话”原则。大家都知道，不塞硬币进去，你就不能使用自动电话。因此，人们从来都不会打自动电话而不付钱。将此原则推而广之，用在讨债上，也就可以迫使债务人改变态度，放弃故意拖欠债务或赖债的打算，及时履行债务。

比如，某公司向某商场租用柜台，签订租赁合同之时讲好承租人必须按月交纳租金给出租人，结果柜台经营人员却连续几个月不向商场交纳租金，最后商场决定中止同某公司的租赁合同。第三天，该公司的财务负责人即带着租金找到商场，还了钱不说，还赔礼道歉半天。

有一点要特别提醒一下讨债人，那就是在运用经济抗衡手段追讨债务时要特别注意掌握好分寸。

一般说来，运用经济抗衡手段追讨债务只限于同一法律关系中，即同一债权债务关系之中，说得明白点，只限于同一债务合同之中，并且这样的债务合同必须是双务合同，比如技术转让合同、房屋租赁合同等。

* * * * *

比如某钢铁公司曾以其自销钢材产品的一部分与某电冰箱厂签订互易合同，电冰箱厂向钢铁公司供应规定数量的电冰箱，那么钢铁公司即供应相应数量的钢材。电冰箱厂在交付电冰箱之后即享有获得钢材的权利，钢铁公司在得到电冰箱之后也就负有向电冰箱厂提供钢材的义务。在双务合同中，如果一方不履行，那么另一方则可以采取以牙还牙的方式与之对抗。如果本合同规定电冰箱厂应当先行供应电冰箱，然后钢铁公司再向电冰箱厂供应钢材。如果电冰箱厂不先供应冰箱，则钢铁公司完全有权不供应电冰箱厂钢材。直到冰箱厂供应冰箱时，对方才供应钢材。

(5) 运用中断合作关系方式

任何一个经济实体都不可能单独从事生产，都不可能单独存在，它必须在与其他的生产厂家、其他的经济实体的相互协作中得以生存和发展。

而且，社会的商品经济越发达，社会分工越精细，各个生产厂家，各个经济实体，各个社会成员之间的相互依赖

相互协作的程度就越强，以致整个社会的物质的乃至于精神的生产、供应、运输销售已经形成了一个相互依存、缺一不可的循环系统，哪一环都不能少，哪一环都不能出现重大失误，否则就将严重影响其他环节。

彼此之间的相互依赖、互相协作、互相制约，根据这一特点，讨债人在讨债过程中，就可以利用中断协作关系而迫使违约不履行债务的一方尽早清偿债务，从而使讨债人“跪着讨债”的被动局面有所改变。

在这种情况下，债务人如果不尽快向债权人清偿债务，那么他自己就将因债权人中断其协作关系而遭受更大的损失，特别是在双方达成有短缺物资长期协作的协议时，讨债人用其他办法解决不了的债务问题，用此办法会显得比较“灵验”。

需要提醒的是，运用中断协作关系的手段逼使债务人履行债务，一定要掌握好法律界限，就如同运用经济抗衡手段讨债一样，稍不注意，债权人或讨债人便反被债务人追讨违约金或赔偿损失。特别是如果债权人与债务人签有合同，更应当慎重看待。

(5) “输血”扶植方式

在现实经济生活中，大多数债务人并不是在有能力履行债务合同的情况下想要存心拖欠债务或者有意赖债。他们不能按期履行债务或者说欠债不还的，确实是因为客观或主观原因，造成债务人一时或者资金短缺或者是生产困难而没有能力履行债务，比如债务人遇上预料之外且人力无法抗拒的自然灾变，或

者因国家计划的变化、产业政策的变化、物价政策的变化而引起的市场行情的突变或者债务人自己生产经营决策失误、管理不善等等，都会对债务人生产经营产生不良影响，都会影响债务人的经济效益。

在这种情况下，讨债人可以对债务人实行“输血”的办法，即对债务人进行经济或者其他方面的资助，使债务人获得从事生产经营活动必不可少的血液。从而扶植债务人恢复生产并发展其经营活动，取得利润，偿还所欠债权人的债务。

其实，这是债权人的一种权衡以后的决策，如果债权人要求其破产清偿，那么很可能在债务人的债务清偿过程中，还没还清银行的债务就没钱了。因为按我国经济法规定，公司破产清偿时，第一债权人是银行。因而作为非银行的债权人往往吃力不讨好，非但没有讨到债，还搭上许多清偿过程中的消耗，所以与其让这些公司破产清偿，还不如帮助它们起死回生。这样希望会更大一些。

* * * * *

债权人对债务人实行“输血”扶植通常有以下几种形式：

- ①给予经济资助；
- ②给予技术资助；
- ③给予物质资助；
- ④给予管理“软件”资助；

⑤如果债权人没有时间和精力，主观上也不愿意花费时间和精力帮助债务人，那么债权人可以对债务人实施一些

262 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

只有短期效应的资助或帮助，如撮合生产等。

债权人在为债务人提供“输血”时应当特别注意，无论债权人是给钱，给物，给技术，还是给管理“软件”扶植债务人都应充分认识到其风险性。因此债权人应当随时对债务人接受“资助”的情况进行调查了解，监督检查，及时给予指导，使债权人的再次投资真正发挥作用，使债务人真正得到效益，获得利润，具有履行债务能力。其次如果上述几种“输血”方式相互配合同时使用，其效果会更好，债务人所得到的效益更大。

要特别提醒的是：债权人一定要搞清楚债务人是否值得进行“输血”扶植，倘若债务人已经是资不抵债毫无生机，再多的“血”也不能使它起死回生，只会使债权人自己白白地遭受损失。与其这样，还不如采取其他手段，比如清偿算了。

(6) 通过仲裁

讨债所涉及到的仲裁主要是经济合同仲裁。所谓经济仲裁指的是当经济合同的双方当事人因对合同的理解或执行等发生争议，双方协商不能解决，有关方面出现调解也达不成协议的时候，由相关仲裁机关依照法律、法规和有关政策，对双方的权利和义务关系做出公正的判断和裁决。

仲裁完全是第三人的行为，因此，当讨债人申请仲裁而仲裁机关受理仲裁以后，讨债人和债务人事实上都把各自的权利和义务交给了第三人，即仲裁机关。一切结果都只有等候仲裁机关在查

清事实的基础上进行的公正的裁决，且仲裁一经生效便具有法律效力。

经济合同仲裁的原则：

①自愿；②以事实为根据、以法律为准绳，公正平等的原则；③重调解的原则。

经济合同仲裁程序：

①如果当事人（讨债人）决意向仲裁机关申请仲裁，那么按照仲裁条例的规定，首先应当递交申请书。仲裁机关在收到仲裁申请书之后，经审查符合规定的应于7天之内立案。不符合要求而不予立案的也应当在7天之内通知申请人，并说明不予立案受理的理由。

②仲裁机关决定立案受理经济合同纠纷之后，应当在5天之内将仲裁申请书副本送达被诉人，被诉人收到仲裁申请书副本之后，应当在15天之内向仲裁庭提交答辩书和有关证据。

③仲裁机关处理经济合同纠纷应当先行调解。可由仲裁庭或仲裁员一人主持，使当事人双方相互体谅，自愿达成协议。调解达成后，应当制作调解书，调解书送达后，当事人应当自觉履行。

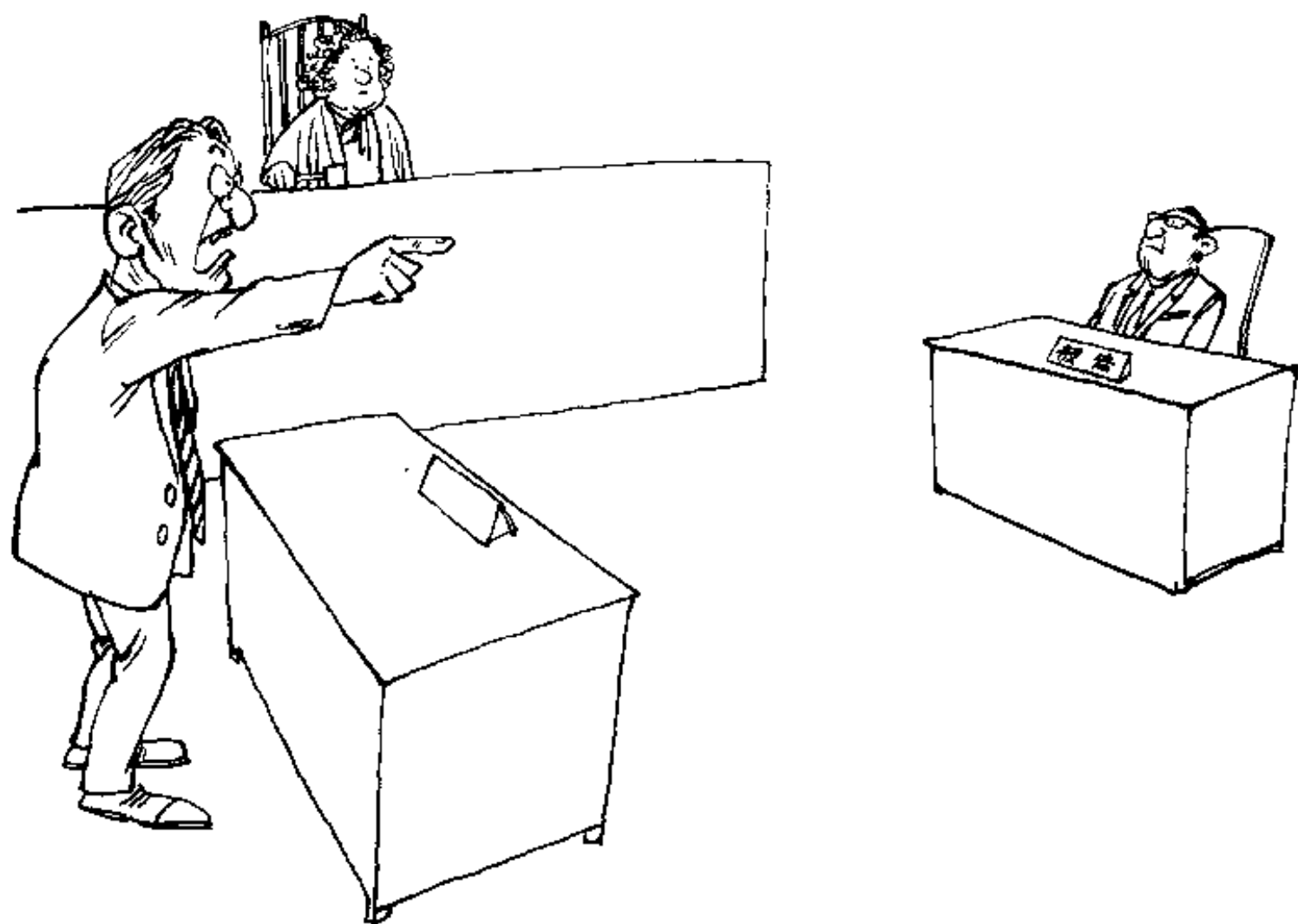
④仲裁庭开庭裁决。经调解无效或者调解书送达前当事人一方或双方反悔，仲裁庭即开庭进行仲裁。

⑤仲裁的执行。仲裁决定书送达之后，当事人一方或双方对仲裁不服，可在15天之内向人民法院起诉，15天之内不起诉的，裁决书即产生法律效力，当事人双方应当依照期限自觉履行。

讨债人如果决定仲裁解决，那他在熟悉仲裁程序、制度及规定的同时，还应权衡一下自己胜诉的可能性，因为仲

裁庭的裁决是不以讨债人的意愿为标准的。在仲裁庭上败诉的讨债人并不鲜见。

(7) 运用诉讼手段



讨债人因债务人久欠不还，准备向法院提出诉讼，请求法院强制债务人履行债务或支付违约金，赔偿损失时，必须注意这样几个问题：

①债权人的损失必须是由债务人的责任所造成。也就是说，如果讨债人或债权人要追究债务人的责任，那么债务人必须符合承担责任的条件。具体来说就是，如果讨债人或债权人要追究债务人因不按时履行债务合同而支付违约金的责任，那么债务人必须具备这样两个

条件：一是债务人实际上有不履行债务的行为；二是债务人不履行债务行为的发生是因债务人主观的过错所造成的。

②讨债人或债权人如果想采取诉讼手段解决债务人久欠不还的债务问题，那么必须在法律规定的诉讼时效届满之前向法院提起诉讼。否则，超过法律规定的诉讼时效，将不予受理。

③讨债人或债权人向法院起诉，还必须按照有关法律规定的诉讼程序进行。

第十二章

用钱术：该花的钱一定要花出去

假如一天工作八小时不休息，一天可赚 400 美元，那我的寿命将减少五年，按每年收入 12 万元计算，五年我将减少 60 万美元收入。假如我每天休息一小时，那我除损失每天 1 小时 50 美元外，将得到 5 年每天 7 小时工作所赚的钱。现在我 60 岁，假设我按时休息还可活 10 年，那么我将损失 15 万美元，15 万和 60 万谁大呢？”

——犹太商人的金钥匙

犹太商人的富脑袋

犹太人认为欲望好像野草，农田里只要留有空地它就生根滋长，繁殖下去。欲望就是如此，只要你心里留有欲望，它也会生根繁殖。欲望是无穷无尽的，但是你能满足的却微乎其微。人们要仔细研讨现在的生活习惯，你们认为有些是必要的支出，但经过明智思考之后便会觉得可以把支出减少，也许觉得可以把它取消。大家要把这句话当做格言：花一块钱，就要发挥一块钱的 100% 的功效。

.

.

NO 76

绝不轻易瞎花钱

花一块钱就能发挥 100% 的功效

在犹太人的用钱观念中，都普遍坚持钱不能随使用，一定要把钱用到最需要的地方。犹太人之所以坚持这种观念，是因为他们懂得“支出”和“欲望”的关系。提到这个问题，看来有一点深奥，且看下面一段文字，你可能就会明白——用钱的人应该是一个能控制自己欲望的人。

犹太人认为，不要把支出和各种欲望混为一谈。各人的家庭都有不同的欲望，可是这些欲望是各人的收入所不能满足的，因此，切不可把自己的收入花在不能满足的欲望上面，因为许多欲望是永远不能满足的。

人常为不能满足的欲望所愁苦。别以为亿万富翁有那么多的金钱，一定可以满足每个欲望，这种想法是不正确的。作为亿万富翁，他的时间有限，精力有限，他能到达的路程也有限，他吃进胃里的食物也有限，而且他的享乐范围也有限。

犹太人认为欲望好像野草，农田里只要留有空地它就生根滋长，繁殖下去。欲望就是如此，只要你心里留有欲望，它也会生根繁殖。欲望是无穷无尽的，但是你能满足的却微乎其微。人们要仔细研讨现在的生活习惯，你们认为有些是必要的支出，但经过明智思考之后便会觉得可以把支出减少，也许觉得可以把它取消。大家要把这句话当做格言：花一块钱，就要发挥一块钱的 100% 的功效。

作为企业经营上或是一个家庭的开支上，犹太人注重开支的预算，要根据预算的 90% 支出、10% 储蓄的原则，慎重使用收入开支必要的支出及购买必需物品，把不必要的东西全部删除，因为它是无穷欲望的一部分，不可容纳和反悔。切记不要动用储蓄的 10% 收入，因为那是致富的本源。大家要养成储蓄致富的意志，保持对支出的预算，并及时对预算作有利的调整，调整预算能帮你

268 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

保住已经赚得的金钱。

世界上流行这样的说法：“犹太人是吝啬鬼。”此说法有一定依据，但也是一种误解。因为犹太人中有许多是经商的，而且是经商高手。作为商人，对物品斤斤两两计较和对金钱分分毫毫的核算是职业本能的反映。作为商人，如不精打细算，不爱惜钱财，怎能获得经营的利润呢？

在犹太人的观念中，由于他们的背景和所处的职业地位，形成对金钱有如下的看法：

“赚钱不难，用钱不易。”

“金钱可能是不慈悲的主人，同时也是能干的庸人。”

“金钱虽非尽善尽美，但也不至使事物腐败。”“并不一定贫穷人什么都对，富有人什么都不对。”

“金钱对人所做的和衣服对人所做的相同。”

“赞美富户的人，并不是赞美人，是赞美钱。”

这些犹太格言，反映出犹太人对金钱的观念。说到底，犹太人把金钱视为工具。因此，他们不管别人怎么评论与误解，两耳不闻是非事，一心埋头把钱赚。

确实，对钱财必须具有爱惜之情，它才会聚集到你身边，你越尊重它，珍惜它，它越心甘情愿地跑进你的口袋。

对金钱除了爱之外，还要惜，也就是说，除了想发财外，还要想办法保护已有的钱财。用现代的流行语说，要“开源节流”。

犹太人这些金钱观念是很有哲理的，

这是犹太人经营致富的一个奥秘。

犹太富商亚凯德说：“犹太人普遍遵守的发财原则，那就是不要让自己的支出超过自己的收入，如果支出超过收入便是不正常的现象，更谈不上发财致富了。”

犹太商人用钱时珍惜钱财的事例有许许多多，有不少成为美谈趣话。

据说美国当今最大的财团之一洛克菲勒财团创始人，曾经有过两段有趣的故事：洛克菲勒刚开始步入商界之时，经营步履维艰，他朝思暮想发财却苦于无方。有一天晚上，他从报纸上看到一则广告，是推销一种发财秘诀的书。他为此高兴极了，第二天急急忙忙到书店去买了一本。他迫不及待地买来的书打开一看，只见书内仅印有“勤俭”二字，其余再没有任何内容了，使他大为失望和生气。

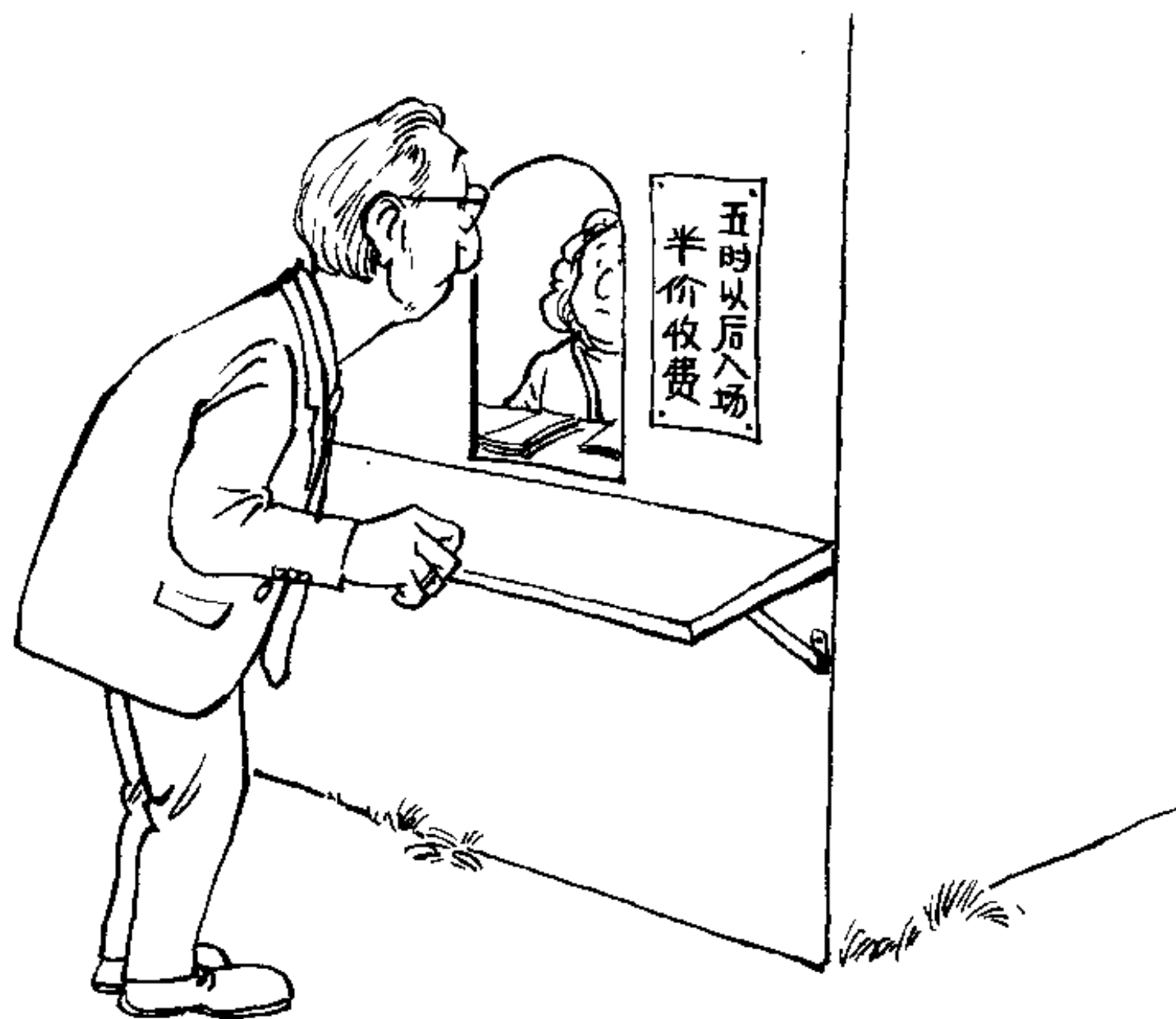
洛克菲勒因此思想十分混乱，几天寝不成眠。他反复考虑该“秘诀”的“秘”在哪里？起初，他认为书店和作者在欺骗他，一本书只有这么简单的两个字，他想疾书指控他们在欺骗读者。后来，他越想越觉得此书言之有理。确实，要发财致富，除了勤俭之外，别无其他办法。这时，他才恍然大悟。此后，他将每天应用的钱加以节省储蓄，同时加倍努力工作，千方百计地增加一些收入。这样坚持了5年，积存下800美元，然后将这笔钱用于经营煤油。在经营中他精打细算，千方百计地将开支节省，把盈利中的大部分储存起来，到一定时间把它投入石油开发。照此循环发展，如滚雪球一般使其资本愈来愈多，生意愈做

第十二章 用钱术：该花的钱一定要花出去 ⇄ 269

愈大。经过 30 年左右的“勤俭”经营，洛克菲勒成为美国最大的三个财团之一的首领，直至 1996 年，其财团属下的石油公司，年营业额也达一千一百多亿美元。

犹太人特别是犹太商人是十分注重节俭的，他们不管多么富有，绝不会随意挥霍钱财。在宴客中，以吃饱吃好为尚，不会讲排场乱开支。在生活中，以

积蓄钱财为尚，不会用光吃光，手头空空的。犹太人测算过，依照世界的标准利率来算，如果一个人每天储蓄 1 元钱，88 年后可以得到 100 万元。这 88 年时间虽然长了一点；但每储蓄 1 元，大都在实行了 10 年、20 年后，很容易就可以到达 100 万元，因为这种有耐性的积蓄，就会得到利用，由此便得到了许多意想不到的赚钱机会。



崇尚节俭、爱惜钱财是世界富豪们成功的一个诀窍。如美国连锁商店大王克里奇，他的商店遍及美国 50 个州和世界许多地方，他的资产数以亿计，但他

的午餐从来都是 1 美元左右。美国克德石油公司老板波尔·克德是一位节俭出名的大富豪，有一天他去参观狗展，在购票处看到一块牌子写着：“5 时以后入场半

270 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

价收费。”克德一看手表是4时40分，于是他在入口处等了20分钟后，才购半价票入场，节省下0.25美元。可知道，克德公司每年收支超亿美元，他所以节省0.25美元，完全是受他节俭习惯和精神所支配，这也是他成为富豪的原因之一。

看来，犹太人经商致富的秘诀不单是会做生意，还与他们善于节俭，不乱挥霍钱财有关。

犹太人的用钱观念可归结为：努力

挣钱是开源的行动，设法省钱是节流的反映。巨大的财富需要努力才能追求得到，同时也需要杜绝漏洞才能积聚，那正如古人所说的“泰山不让土壤，故能成其高；河海不择细流，故能就其深”那样，世界上有许多犹太人成为大富豪，这是犹太人可贵的用钱精神。成为屈指可数的大富豪后，仍坚持节俭，保持着犹太人那种爱惜金钱的精神。

NO 77

敢把大把大把的钱用到点子上 博取消费者的好感

犹太人经商主要懂得“顾客回报”之道，他们敢于把大把大把的钱用到点子上——以善行天下，赞助社会公益事业。这样做的目的关键是顾客能够回报利润。

犹太商人热心捐钱办公益事业，归根到底是一种营销策略，为企业提高知名度，扩大影响，博取消费者的好感，起到重大作用，对企业巩固已占有市场及今后扩大市场占有率会产生作用。

纵观众多犹太巨商的成功历程，也许大家都会注意到，他们有一个共同的举措，即在发财致富中，注重慷慨解囊做各种善事和公益事业。

*** * * * * *

19 世纪中期至 20 世纪初期，俄国银行家金兹保家族从 1840 年创立第一家银行起，经过几十年的经营，在俄国开设了多家分行，并与西欧金融界建立了广

泛的业务关系，发展成为俄国最大的金融集团，其家族成员成为世界知名的大富豪。金兹堡家族像其他犹太富豪一样，在其发迹过程中做了大量的慈善工作。他在获得俄国沙皇的同意下，在彼得堡建立了第二家犹太会堂；1863 年，他又出资建立俄国犹太人教育普及协会；用他在俄国南部的庄园收入建立犹太农村定居点。金兹堡家族第二代继续把慈善工作做下去，曾把其拥有的在当时欧洲最大的图书馆捐赠给耶路撒冷犹太公共图书馆。

美国犹太商人施特劳斯，他从商店记账员开始，步步升迁，最后成为美国最大的百货公司之一的总经理，20 世纪 30 年代成为世界上首屈一指的巨富。在他事业成功的过程中，他也做了大量的慈善活动。除了关心公司职工的福利外，他曾多次到纽约贫民窟察访，捐资兴建牛奶消毒站；并先后在美国 36 个城市给婴幼儿分发消毒牛奶；到 1920 年止，他

272 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

捐资在美国和国外建立了 297 个施奶站；他还资助建设公共卫生事业，1909 年在美国新泽西州建立了第一个儿童结核病防治所；1911 年，他到巴勒斯坦访问，决定将他 1/3 的资产用于该地兴建牛奶站、医院、学校、工厂，为犹太移民提供各项服务。

上述诸如此类的例子还有很多很多。犹太商人如此乐于做善事，实际上也是一种生意经。他们大量的捐资为所在地兴办公益事业，会赢得当地政府的好感，对他们开展各种经营十分有利。有些犹太富商由于对所在国的公益事业有重大义举，获得了国王的封爵，如罗斯查尔德家族有人被英王授予勋爵爵位。有些犹太商人还获得当地政府给予优惠条件开发房地产、矿山、修建铁路等，赚钱的路子得到拓宽。

犹太商人的经营策略把“以善为本”作为一项重要内容，除了与其民族的历史背景有关外，也是一种促销好办法。人是群居动物，人与人关系的运用，对事业的影响很大，政治家因得人而昌，失人而亡。企业家因供应的商品或服务，为人所欢迎而发财。可见，一切离不开人。犹太商人明白这个道理，在一切经营活动中，与人为善，把人与人的关系

处理好，成为他们成功与致富的秘诀。

犹太商人处世之道，是把人类内心深处所潜藏的欲望予以利用。他们认为，人类的内心都有被人注目、受人重视、被人容纳的愿望。所以，与人相处，一定要记住这一点。不管是对你的长官、同事、下属或顾客、朋友及家人，要做到让他们知道你在关心他们的一切愿望。要实现这一目的的办法，是用善意的、亲切的、温和的态度与人交往。那么，对方会以此相报，这岂不是达到了和谐相处吗？有了和谐相处的环境和气氛，你我之间就好商量和合作，做生意的条件也容易达成，这就是和气生财的道理所在。

犹太商人还认为，不能与人和谐相处，不能容纳别人的缺点和短处，是一个人乃至一个企业失败的根源。你以蔑视的态度对人，即使对方不是与你针锋相对，亦会对你敬而远之。这样，你会失去支持者或合作者，失去广大的顾客，你的生意便会成为无源之水了。因此犹太商人做好生意，一定要有社会基础，要有顾客缘，要达到这一点，必须付出，才有回报。犹太人敢于把大把大把的钱用到社会中，其目的亦在于此。

NO 78

一只空袋子是立不起来的 诚实挣钱和节俭开支

在犹太商人看来，一个人怎样使用钱——包括赚钱，存钱和花钱——或许是检测他的才智高低的最好的方法之一。虽然金钱决不能作为一个人生活的主要目的，但是，它也不是无关痛痒的东西，不能从观念上加以蔑视。在实际生活中，在很大程度上，金钱是获得感官快乐和社会地位的手段。事实上，人性中的一些最优秀的品质是与正确使用金钱密切相关的，例如，慷慨、诚实、公平和自我牺牲精神，更不用说经济节俭的美德。另一方面，是它们的对立面，如贪婪，欺诈，不公平和自私，就像一个爱财如命的人所表现出来的一样。一部分人滥用和误用了金钱这种手段，产生了浪费、铺张、挥霍、奢侈等罪恶。

犹太人弗兰西斯·霍拉的父亲在他开始进入社会的时候，对他提出忠告说：“我衷心地希望你事事开心如意，但我不得不三番五次地劝导你要节俭。节俭对任何人来说都是一个必不可少的德行。

然而，浅薄的人可能会轻视它。其实，节俭是通向独立的大道，而独立则是每个精神高尚的人所追求的崇高目标。”我们摘引在这一章开头的彭斯的诗，蕴涵很深的哲理。可是，不幸的是，他只有高谈阔论而没有实际行动，是思想的巨人行动的矮子。当他卧病床榻奄奄一息之际，他给一位朋友写了几句话：“哎呀！克拉克，我感到处境糟透了。彭斯的可怜的寡妇，还有他那些无依无靠的孤儿们。我已非常虚弱。这已够了——这是我的一块心病。”

犹太人亨利·泰勒在他经过深思熟虑写成的《生活备忘录》一书中所指出的：

“因此，在赚钱、储蓄、花销、送礼、收礼、借进、借出和遗赠等方面，正确的行为原则和方法几乎为一个人的完美无缺作出了论证。”

一个人如果展望未来，他会发现等待他的主要有三种世俗的可能性事件：失业、疾病和死亡。前二者他或许还可

274 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

以逃避，但是最后一个却是在劫难逃的。然而，无论哪一种可能性发生，他都应该把生活的压力减轻到尽可能小的程度，这样生活和这样安排是一个精明人的职责，这样做，不仅是为了自己，而且是为了那些把安逸和生存都依附于自己的人们。这样来看问题，诚实挣钱和节俭使用是极为重要的。正当赚钱，是吃苦耐劳、不懈努力、不受诱惑和得到回报的希望的表现；而合理使用，是精明能干，富有远见和自我克制的体现，而这一切都是刚毅果敢性格的真正基础。虽然金钱可以代表一大堆毫无价值和实际用途的物品，但是，也可以代表许多有很大价值的东西；这不仅是食物，衣服和感官的满足，而且可以是个人的自尊和独立。因此，对于工人来说，储蓄是抵御欲望的防护寨，是他的地位的保证，也使他在快乐和希望中等待更美好的一天的到来。在这世界上，努力去获得一个较为牢固的地位，这其中包含了人的尊严，它使得一个人更为强壮，生活得更为美好。从长远来说，它赋予了他更大的行动自由，能使他有更多的力量留待将来的努力。

为了获得独立，生活简朴节俭是必不可少的条件。节俭既不需要超人的勇气也不需要卓越的美德，而只需要一般的力量和普通人的能力。实际上，节俭只不过是秩序原则在家庭事务管理中的运用：它意味着统筹安排、合乎规则、精打细算和避免浪费，耶稣也表达了这种节俭原则，他要求“把剩下的零碎收拾起来，免得有糟蹋的。”

节俭也意味着为了将来的利益得到

保障，要有抵御眼前的满足诱惑的能力，这也是人超越于动物本能的高贵之处。节俭完全不同于吝啬，因为正是由于节俭才能使一个人能够时时表现得慷慨大方，它也不能把金钱作为崇拜的偶像，而只是把它当做-一个有用之物。正如迪安·斯威夫特所说的：“我们脑子里必须有金钱概念，但是，不能一心想的都是金钱。”我们可以称节俭为精明的女儿，克制的姊妹和自由的母亲。显而易见，节俭就是适度——适度的性格特征，适度的家庭幸福和社会安定。概而言之，节俭是自助的最好的展现。

* * * * *

每个人都应该量入为出，按照自己的收入过日子。要做到这一点，最重要的是诚实。因为，如果一个人不是诚实地按照他自己的收入过日子，那么他必定是虚伪地按照其他人的收入过日子。如果一个人对自己的消费缺乏长远考虑，并且只顾自己的享乐，丝毫不为长远的利益着想，那么，等到他发现钱的真正用途时，已经太迟了。

培根勋爵有句名言：“与其去赚些小钱，不如去存些小钱。”许多人不屑一顾随手扔掉的零钱和其他一些不当回事的支出，往往是人生中财富和独立人格的基础。这些浪费者往往是属于这个世界中权利受到分割的阶层，其实，他们自己才是自己的最大敌人。如果一个人自己跟自己过不去，自己不能成为自己的朋友，他还怎么能指望别人成为自己的朋友呢？一个生活节制适度的人他的口

袋里才会有钱去帮助别人；而一个铺张浪费、缺乏远见和挥霍一空的人，他是从来就不会有机会去帮助别人的。当然，节俭决不是做一个一毛不拔的铁公鸡，否则，就是一个可怜的守财奴。在生活和交往中心胸狭窄，斤斤计较，这是极端短视的，一般也只会导致失败。有句谚语，叫做“只有一分钱的胸怀，决不可能得到二分钱的收获。”慷慨大方和气量宽宏，和诚实守信一样，是生活和交往中最为重要的原则。在《韦克菲尔德教皇》一书中，尽管津肯松每年都以这样或那样的方式欺骗心地善良的“居弗拉姆勃朗，但是，正如津肯松所说的：“弗拉姆勃朗的财富在日益增长，而我却穷困潦倒并进了监狱。”日常生活中的无数事例都说明，人生的辉煌成就源于慷慨大方和诚实守信的生活准则。

* * * * *

有句格言说：“一只空袋子是立不起来的。”同样，一个负债累累的人也是不可能独立的。要一个债台高筑的人去说真话，恐怕比登天还难，因此，人们说，谎言是骑在债务的背上的幽灵。负债者不得不向债主编造口实以拖延债务的偿还时间，这就使得他极尽撒谎之能事。对于一个人来说，找一个正当的理由来逃避第一次债务，这是轻而易举的事情；但是，这种逃避债务的技巧对于逃避第二次债务往往是巨大的诱惑。不用多久，这位负债者就会在债务中陷得深不可拔，难以脱身，不管他怎样勤勉努力也无济于事。走向负债的第一步就是走向虚妄

的第一步。在这个过程中必然发生的事情是债务接二连三，接踵而来，如同谎言的编造源源不断。画家海顿从他向别人借钱的第一天起，就意识到了这种堕落。他认识到了。“谁陷人负债，谁陷人悲哀”这句谚语的真理。他的日记有这样一段耐人寻味的记载：“现在我开始负债并有了债务，这是我从未有过事情。或许，只要我活着，我就再也休想摆脱它们了。”他那催人泪下的自传痛苦地回忆了在金钱问题上的尴尬难堪，以及由此带来的极度的精神沮丧。工作能力的完全丧失和时时重现的羞辱。一位少年加入海军时，他曾给他这样一段书面忠告：“对于任何你不通过向别人借债就不能获得的享乐，决不要去享受。决不要去向别人借钱，这会使人堕落，不过，我没有说你不要借钱给别人。只是要注意：如果你连本钱都无法收回，那就千万不要借出去。切记在任何情况下都不要向别人借钱。”一位名叫费希特的穷学生，甚至拒绝了比他更穷的父母亲提供的借款。

犹太商人约翰逊坚信过早负债使人堕落以至毁灭。他关于这方面的论述是极有见地的，值得我们牢记在心，他说：“不要想当然地只把债务当做一种麻烦。你会发现它是一场灭顶之灾。贫穷不仅剥夺一个人乐善好施的权利，而且在他面对本可以通过各种德行来避免的肉体 and 精神的邪恶的诱惑时，变得无力抵抗。……这是你首先要小心在意的。其次，不要向任何人借债。下定决心摆脱贫困。无论你拥有什么，消费的时候都不能倾其所有。贫穷是人类幸福的一大敌人。

它毫无疑问地破坏自由，并且，它使一些美德难以实现，使另一些美德成为空谈。节俭不仅是太平安逸的基础，而且是一切善行的基础。一个本身都需要帮助的人是决不可能帮助别人的。我们必须先自足然后才能出让。”



犹太商人认为，正视自己的日常事务，并且在钱财方面，量入为出，斟酌考虑，这是每一个人义不容辞的职责。这种对收入和支出的简单的算术运算有着极大的价值。精明节俭要求我们在安排自己的生活水准时，必须低于自己的收入水平，而不能高于这一水平。而要做到这一点，必须根据收支平衡的原则，拟订并忠实地执行一个生活的计划。

No 79

打好自己的“算盘” 做一个预算专家

犹太商人认为，每天会给自己算账，打“算盘”，是非常重要的一件事，这样可以避免你赤字。赤字引起的心理恐慌，是折磨人的。

对于金钱，一种易赚易花、毫不看重的乐天派哲学，曾经在书本上和戏院里给了我们许多有趣的笑料。我们都会取笑那位老绅士——在《你无法把钱带在身边》里——他绝不相信所谓所得税，而且拒绝缴付。当大卫·柯博菲尔德要教他的年轻新娘朵拉按照收入预计开销的时候，朵拉就撅起嘴撒娇，她也是个可爱动人的角色。我们也喜爱不朽的《与父亲一起生活》里所描写的母亲节，因为，在母亲每个月把家庭预算弄得一团糟而引起的争战里，父母在母亲节那天表现了最好的风度。狄更斯笔下浪费成性的麦考柏先生，也是文学上最使人喜爱的角色之一。

是的，在小说里，迷人和不负责任常常会同时出现在一个吸引人的角色身

上。但是，在现实生活里，没有其他事情会比财力上的失误更使人伤心或是讨厌了。开销超过收入的人无法逗人发笑——他是个糟糕的冒险家。脑筋糊涂、奢侈浪费的妻子，也不会动人、迷人——她是缠绕在丈夫脖子上的一个重担。

*** * * * * *

现在，我们的钱所能买到的东西，比起十年前或者甚至是五年前都要少得多了。女士们面对着一个不成比例的挑战，必须好好利用那些钱。价格膨胀了——生活水准提高——我们的孩子所需要的教育费用变得更加复杂和昂贵。

大家都认为，只要我们的收入增多一些，我们所有的忧虑就都可以解决了，这是一个普遍存在的错误观点。据专家们说，事情并不是这样。艾尔西·史泰普来顿曾经担任华纳莫克和吉姆贝尔百货公司职员和顾客的财务顾问。他认为，

278 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

对大部分人来说，增加收入只是造成花费的增加而已。

加拿大的蒙特利尔银行劝告顾客们，要学习精明地花费他们的收入——也许他们会遇到处理一大笔收入的机会。

有一次，我们无意中得到一本有关家庭关系的、不寻常的好书。写这本书的人是个美国知名的心理学家。可是，这位作者有个特殊的缺点：他对于家庭预算似乎毫不内行。“处理家庭的收入是个简单问题，”他写道，“有钱的时候就多花，没有钱的时候就少花一些。”

我们同意他的理论的确简单，但是这种做法，等于没有好好处理一个人的收入。他的话里有一种动人与毫不在乎的意味，使我们想起小说里那些迷人的放浪人物——等到我们静下心来想想他话里的含义，才发觉有点不对劲。

* * * * *

毫无计划地花费，就等于让每个人——包括肉贩、面包商和烛台制造商——都来分享你的收入——除了你本身以外的每个人。

有计划的，或是有预算的花费，可以保证你和你的家人能够从你的收入里得到公平的分享。

预算并不是一件束缚行动的紧身衣，也不是毫无目的地把花用掉的每一分钱都做个记录。预算是一张蓝图、一个经过计划的方法，用以帮助你从你的收入中得到更大的好处。正确的预算方式，将会告诉你如何达成目标——使自己的家——你家小孩子们的大学教育费用

——你老年的保险金——你梦想中的假期等得到合理的安排。

预算开销将会告诉你，你可以删减那些比较不重要的项目，去填补你想要做的大花费。

如果你从没有做过预算，就应该马上开始学习如何处理家庭财务。帮助丈夫成功的一个最重要方法，就是要知道如何使他的收入发挥最大的效用。如果他会赚钱但是不会节省，你就可以帮助他管紧钱包。如果他本来就节省，你可以在用钱方面表现出相同的看法，为他增加信心。

如何才能使你成为家庭财务的专家？这里有个好消息：假如你家附近的银行可能有一种预算或咨询服务，他们将会告诉你如何做好预算计划，以适应你特殊的需要和收入。《妇女时代》杂志对于家庭的经济知识，是一个很好的来源。它将会告诉你如何缝补旧衣服，如何烹调有营养而价格低廉的餐点，甚至还告诉你如何制造自己的家具。

不可以依赖你无意中发现的、任何一种已经印好的预算计划表。为了要显得更有价值，一个预算计划必须是专门为你定做的，不适合于其他任何人。没有其他的家庭会和你们家庭完全相同，你的经济问题就像你的脸孔和身材那样，是完全不同而独特的。

犹太商人想出以下这些想法，可以帮助你完成你自己的家庭预算计划：

(1) 记录每一件开销，使你对于支出情形有个清楚的了解

除非人们知道错在哪里，否则人们就无法改进任何情况。如果人们不知道

在何处删减，为什么要删减，以及删减什么，节约就是毫无意义的事。所以，人们应该在一段示范期间，记录下所有的家庭开销——例如，记录三个月看看。

亚尔诺德·白尼特和约翰·D·洛克菲勒都是无可救药的记账专家。我们也是这样。虽然我们都以开支票的方式付款，我们仍然喜欢按月把我们的花费记录成一张整齐的单子。每年一次，我们把这些每月花费加起来。结果呢？我能够很

精确地告诉你，于某某年我们在食物方面花了多少钱——或燃料费、水电费、娱乐费，等等。我们还可以使用这些记录，查出我们家庭的生活费增加的情况。一旦你知道你的钱花到哪里去以后，就不必再做这种记录了。但是，我们很喜欢手边有这种资料。例如，如果我们怀疑花太多钱买衣服了，我们只要瞥一眼我的记录就知道真相了。



有一对夫妻，当他们开始记录花费情形以后，很惊讶地发现他们每个月花掉大约七十美元去买酒！然而，他们并不是酒鬼——只不过是一对热情的夫妇，很欢迎自己的朋友在兴致好的时候就“到家里来喝一杯”——这种事情时常会发生。他们做了一个明智的决定，认为他们不能再开免费酒吧了，于是，那七十元就得到了更好的用途。

(2) 根据家庭的特殊需要，设计出自己的预算

首先，把你这一年里固定的开销列出来——房租、食物预算、利息、水电费、保险金。然后计划你其他的必要开销——衣服、医药费、教育费、交通费、交际费，等等。

每个人都知道，这是件不容易的事情。拟定计划需要决心、家庭合作，有

280 ⇨ 世界上最优秀商人的生意经

时候还需要严谨的自制力。我们不能买下每一件东西——但是我们可以决定什么东西对我们最重要，而牺牲掉最不重要的东西。你愿意拥有一个舒适的家而放弃买昂贵的衣服吗？你宁愿自己做衣服，将节省下来的钱买一台电视机吗？显然，这些决定必须由你和你的家人自己来做——印制好的预算表都列上了固定的百分比，对于你个人的需要是没有帮助的。

(3) 至少要把每年收入的 10% 储蓄起来

规定你自己——也就是说，你的家庭——一个固定开销。至少要把十分之一的收入储蓄起来，或拿去投资。也许你还可以想办法建立一笔额外资金，拿来作特殊用途，譬如，买房子或汽车。

* * * * *

财务专家说过，如果你能节省你丈夫收入的十分之一，虽然物价高昂，不到几年你也就可以获得经济上的舒适。

有一个女人，她嫁给一个顽固、保守的新英格兰人。她的丈夫宁愿在中央车站广场脱光了衣服，也不愿放弃节省十分之一薪水的计划。这位太太告诉我，在经济不景气的那几年，他们可真吃足了苦头，她先生的薪水被删减得太多了。她买日用品的时候，必须想尽办法节省每一角钱——她丈夫每天要步行二十多条街，以省下公共汽车费。但是，节省十分之一薪水的老习惯，仍然照样进行。“有时候，”这位女士承认，“当我们非常需要钱用的时候，我十分后悔还要把钱

搁在一边。但是，我现在很高兴我们维持了储蓄计划。节约的结果，使我们到中年的时候拥有了自己的家和一些享受。”

(4) 准备一笔意外或紧急用途的资金

大部分的预算专家都劝告每一个年轻家庭，至少要存下一至三个月的收入，用于紧急事件。

但是，这些专家警告说，想要存太多钱的人，会发觉很难办到，结果根本就存不了钱。与其要断断续续地隔几周才一次存 5 元，倒不如每周固定地存下 2.5 元，效果会更好。

(5) 使预算计划成为全家人的事

预算顾问相信，预算计划必须得到全家人的合作。经常举行家庭预算讨论会，往往可以减除情绪上的不和——因为我们大家对于金钱的态度，都会受到自己的经验、气质与教育程度的影响。

(6) 要考虑人寿保险的问题

玛莉昂·艾巴利，是人寿保险协会妇女部的主任。对全国的女士来说，她所说的话就是人寿保险专家的看法，具有独特的权威性。当我访问艾巴利女士的时候，她建议当妻子的人应该自问以下这些问题：

你可知道，经过人寿保险，你的家庭能够得到什么基本需要？你可知道，一次付款和分期付款有何不同——而且各有各的好处？你可知道，关于付款的方法有许多不同的选择？你可知道，现代人寿保险具有双重目的？如果一个男人太早去世了，人寿保险就可以保护这个人的家庭；如果他活着要享受余年，人寿保险就可以供给他独立的基金。

第十二章 用钱术：该花的钱一定要花出去 ⇔ 281

这些问题，以及其他许多相似的问题，对于你的家庭非常重要。只让你的丈夫知道所有的答案，这还不够，你也应该知道这些答案。有一天也许你会变成寡妇——有关人寿保险的知识，可以解除你的困难和忧虑。

贾得生和玛丽·南狄斯，在他们合写的《建立成功的婚姻》一书上告诉我们，家庭收入的花费，往往是婚姻生活里必须调节、适应的主要地方。

金钱并非万能，这句话可真不错。但是，如果知道如何聪明地处理我们的金钱，就可以带给我们的丈夫和家庭更多心境的安宁、幸福与利益。

所以，我们不可用幻想着自己的丈

夫能够像我们本来能嫁，但是后来没嫁的那个男人那样，带回来一大袋薪水，这只会浪费我们的时间，损毁我们的青春。我们的工作就是使自己变成财务能手，好好处置他赚回来的钱——如果我们想要激励他赚更多的话。怎么做呢？只要依照以下的规则去做：

(1) 记录每一件开销，使你了解花费的情形。

(2) 以一年做单位，设计出一个预算计划。

(3) 储蓄家庭收入的十分之一。

(4) 准备一笔意外事件资金。

(5) 使预算计划成为全家人的事。

(6) 要考虑人寿保险的问题。

No 80

练几招理财要诀 别把钱不当钱

犹太商人认为，虽然金钱散落于世，但是需要我们学会用它。根据一项调查，人们百分之七十的烦恼都跟金钱有关。当牵涉到你的金钱时，你就等于是为了自己经营事业。而你如何处理你的金钱，实际上也确实是你“自家”的事，别人无法帮忙。这就需要你成为一个好账房先生！

什么是管理犹太商人金钱的原则呢？犹太商人如何展开预算和计划？以下有十条规则：

(1) 把事实记在纸上

亚诺·班尼特五十年前到伦敦，立志做一名小说家，当时他很穷，生活压力大。所以他把每一便士的用途记录下来。他难道想知道他的钱怎么花掉了？不是的，他心里有数。他十分欣赏这个方法，不停地保持这一类记录，甚至在他成为世界闻名的作家、富翁，拥有一艘私人游艇之后，也还保持这个习惯。

约翰·洛克菲勒也保有这种总账。他

每天晚上祷告之前，总要把每便士的钱花到哪儿去了弄个一清二楚，然后才上床睡觉。

你我也一样，必须去弄个本子来，开始记录，记录一辈子？不，不需要。预算专家建议我们，至少在最初一个月要把我们所花的每一分钱做准确的记录——如果可能的话，可做三个月的记录。这只是提供我们一个正确的记录，使我们知道钱花到哪儿去了，然后可依此做一预算。

哦，你知道你的钱花到哪儿去了？嗯，也许如此；但就算你真知道，一千人当中，只能找到一个像你这样的人。史塔普里顿夫人告诉我，通常，当人们花费几小时的时间把事实和数字忠实地记录在纸上后，他们会大叫：“我的钱就是这样花掉了？”他们真是不敢相信。你是否也这样？可能。

(2) 拟出一个真正适合你的预算

史塔普里顿夫人说，假设有两个家

庭比邻而居，住同样的房子，同样的郊区，家里孩子的人数一样，收入也一样——然而，他们的预算需要却会截然不同。为什么？因为人们性格是各不相同的。她说，预算必须按照各人需要来拟定。

预算的意义，并不是要把所有的乐趣从生活中抹杀。真正的意义在于给我们物质安全和免于忧虑。“依据预算来生活的人”，史塔普里顿夫人告诉我，“比较快乐”。

但你怎么进行呢？首先，如同我所说的，你必须把所有的开支列出一张表来，然后要求指导。你可以写信到华盛顿的美国农业部，索取这一类的小册子。在某些大城市——主要的银行都有专家顾问，他们将乐于和你讨论你的财务问题，并帮你拟定一项预算。

有一本名叫《家庭金钱管理》，由“家庭财务公司”发行。顺便提一下，这家公司出版了一整套的小册子，讨论到许多预算上的基本问题，例如房租、食物、衣服、健康、家庭装饰，和其他各项问题。你可以向该公司索取。

(3) 学习如何聪明地花钱

我们的意思是，学习如何使你的金钱得到最高价值。所有大公司都设有专门的采购人员，他们什么事也不做，只要设法替公司买到价格最合理的东西。身为你个人产业的男、女主人，你何不也这样做？

(4) 不要因你的收入而增加头痛

史塔普里顿夫人说，她最怕的就是被请去为年薪五千美元的家庭拟定预算。我问她为什么。“因为，”她说，“每年收

入五千美元，似乎是大多数美国家庭的目标。他们可能经过多年的艰苦奋斗才达到这一标准——然而，当他们的收入达到每年五千美元时，他们认为已经‘成功’了。他们开始大事扩张。在郊区买栋房子——‘只不过和租房子花一样多的钱而已。’买部车子，许多新家具，以及许多新衣服——等你发觉时，他们已进入赤字阶段了。他们实际上比以前更快乐——因为他们把增加的收入花得太凶了。”

这是很自然的。我们都希望获得更高的生活享受。但从长远方面来看，到底哪一种方式会带给我们更多的幸福——强迫自己在预算之内生活，或是让催账单塞满你的信箱，以及债主猛敲你的大门？

(5) 投保医药、火灾，以及紧急开销的保险

对于各种意外、不幸，及可意料的紧急事件，都有小额的保险可供投保。这并不是建议你从澡盆里滑倒到感染上德国麻疹的每件事皆投上保险，但要郑重建议你不妨为自己投保一些主要的意外险，否则，万一出事，不但花钱，也很令人烦恼。而这些保险的费用都很便宜。

举个例子，有位妇人去年在医院里待了十天，出院之后，收到账单——只有八元美金。怎么回事？她有医药保险。

(6) 不要让保险公司以现金将你的人寿保险付给你的受益人

如果你投保人寿是为了在你死后能照顾家人，那么我请求你，绝不可让保险公司一次将大批现钞付给你的受益人。

284 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

“拥有许多新钞票的新寡妇”将会如何？马利翁·艾伯利夫人可以来解答这一问题。她是纽约市人寿保险研究所妇女组主任。她在全美国各地的妇女俱乐部演讲，指出不让寡妇领取人寿保险金，而改为领取终生收入的好处。她提及一位收到二万美元人寿保险现金的寡妇，她将钱借给儿子开创汽车零件事业。事业失败了，她现在穷困潦倒，三餐不继。她提到另外一位寡妇，被一位油腔滑调的房地产经纪人所诱，把她的大部分人寿保险金拿来购买一些“保证在一年之内增值一倍”的空地。三年之后，她把土地卖掉，却只拿回最初投资的十分之一。她又提到另外一位寡妇，在领取了一万五千美元人寿保险金的十二个月以后，就必须向儿童福利协会申请补助款抚养她的儿子。像这样的悲剧，数以千计，不胜枚举。“二万五千美元在妇女手中，平均不到七年就全部花光。”这是《纽约时报》经济编辑施维业·波特在《妇女家庭》月刊上所发表的文章中提出来的。

多年以前，《星期六晚邮》在其社论中说：“众人皆知，由于妇女多半未受商业训练，又无银行替她拿主意，因此她很可能在第一个狡猾的掮客向她进行游说之后，就贸然把她丈夫的人寿保险金拿去购买不稳定的股票。任何一位律师或银行家都可举出许多这类例子：节俭的丈夫多年省吃俭用存的终生存款，只因为他的寡妇或孤儿相信某位靠骗取女人为生的骗子，而将之全部花光。

如果你想死后保障妻子儿女的生活，何不向J·P·摩根学习？他是当代最

伟大的金融专家之一。他把遗产分赠给十六位受益人，其中十二位都是妇人。他留给这些妇女的是现金吗？不。他留给她们的是有价证券，使这些妇女每月都可得到固定收入。

(7) 教导子女养成对金钱负责的态度

在《你的生活》杂志上有一篇文章，作者史蒂拉·威斯顿·吐特叙述她如何教导她的小女儿养成对金钱的责任感。她从银行里取得一本特别储金簿，交给她九岁大的女儿。每当小女儿得到每周的零用钱时，就将零用钱“存进”那本储金簿中，母亲则自任银行。然后在那个礼拜之中，每当她须使用一角钱或一分钱时，就从账簿中“提出”，把余款结存详细记录下来。这位小女孩不仅从其中得到很多的乐趣，而且也学会了如何处理金钱的责任感。

(8) 如果你是家庭主妇，也许可在家中赚一点外快

如果你在聪明地拟好开支预算之后，仍然发现无法弥补开支，那么你可以选择下述两事之一：你可以咒骂、发愁、担心、抱怨，或者你可以想法赚一点额外的钱。怎么做呢？想赚钱，只需找人们最需要而目前供应不足的东西。家住纽约杰克森山庄的娜莉·史皮尔夫人，就是这么做的。在1932年，她自己一个人住在一间有三个房间的公寓里，她的丈夫已去世，两个儿子都已结婚。有一天，她到一家餐馆的苏打水柜台买冰淇淋，发现柜台也兼卖水果饼，但那些水果饼看起来实在令人不敢恭维。她问掌柜的愿不愿向她买一些真正的家制水果饼。结果他订了两块水果饼。“虽然我自己也

第十二章 用钱术：该花的钱一定要花出去 ⇌ 285

是个好厨师，”史皮尔夫人讲述她的故事说，“但以前我们住在乔治亚州时，一直请有女佣，我亲手烘制饼干的次数大概只有十多次而已。在那位掌柜的向我预订两个水果饼之后，我向一位邻居请教了制苹果饼的方法。结果，那家餐厅的顾客对我最初的两块水果饼——一块苹果，一块柠檬——赞不绝口。餐厅第二

天就预订了五块，接着，其他餐馆也陆续来向我订货。在两年之内，我已经成为每年必须烘制五千块饼的家庭主妇。我是单独一人在我自己的小厨房内完成全部工作的，我一年收入已高达一万美元，除了一些制饼的材料之外，我一毛钱也没多花。”



对史皮尔夫人家制烤饼的需求量愈来愈大，她不得不搬出厨房租下一间店铺，雇了两个女孩子帮忙，做水果饼、蛋糕、卷饼。在第二次世界大战期间，人们排队一个多小时等着买她的家制食品。“我一生中从未如此快乐过，”史皮

尔夫人说，“我一天在店里工作十二至十四小时，但我从不觉得厌倦，因为对我来说，那根本不算是工作，那是生活中的奇异经验。我只是尽我的能力来使人们更加快乐，我太过忙碌，无暇忧愁或寂寞。我的工作为我弥补了自我母亲及

286 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

丈夫逝世后所留下来的家庭空隙。”

有一位犹太商人请教史皮尔夫人，其他烹调技术高明的家庭主妇，是否也可以余暇时以同样的方式，在一个一万人以上的小城市里赚钱，她回答说：“可以——她们当然可以这样做。”

看看你的四周，你将会发现许多尚未达到饱和的行业。例如，如果你自己是一名很优秀的厨师，你也许可开设烹饪班，就在你自己的厨房内教导一些年轻小姐，这也是赚钱之道。说不定上门求教的学生不绝于途。

有许多书籍教导你如何利用余暇时间赚钱，你可到公立图书馆借阅。不管男人、女人，皆有许多工作机会。但我必须提出一句警告：除非你天生有推销的才能，否则不要尝试去挨家挨户推销。大部分人都痛恨这份工作，终告失败。

(9) 不要赌博——永远不要

对于那些想从赌赛马及玩吃角子机器上赢钱的人，犹太商人总是觉得很惊异。犹太商人认识一个拥有多架这种“单手土匪”机器并依靠他们为生的人，

他对于那些天真得妄想打败这些早已设计好来骗他们钱的机器的傻瓜，除了轻视之外，别无同情。

(10) 如果我们无法改善他的经济情况，不妨宽恕自己

如果犹太商人不可能改善他的经济情况，也许他可改进心理态度。记住，其他人也有他们的财务烦恼。他可能因为经济情况比琼斯家差而烦恼；但琼斯家可能因为比不上李兹家而烦恼；而李兹家又因为比不上范德比家而懊恼。

美国历史上最著名的人物也有他们的钱财烦恼。林肯和华盛顿都必须向人借贷，才能启程前往首都就任总统。

要是犹太商人得不到我们所希望的东西，最好不要让忧虑和悔恨来苦恼他的生活。根据古希腊哲学家艾皮科蒂塔的说法，哲学的精华就是：“一个人生活上的快乐，应该来自尽可能减少对外来事物的依赖。”罗马政治家及哲学家塞尼加也说：“如果你一直觉得不满，那么即使你拥有了整个世界，也会觉得伤心。”

NO 81

享受生活，享受挣钱 自己给自己减压

犹太商人的用钱观念往往是很明确的，其中一条是：“享受生活，享受挣钱”，这样做一方面自己能给自己减压，另一方面能够挣更多的钱。犹太人非常注重吃的享受。吃得好，身体自然就健康。健康是犹太商人最大的本钱。犹太人亡国了两千多年，浪迹天涯，处处遭人歧视和迫害，但是犹太人并没有因此而灭绝，这不能不归于他们养身有术——注重健康。还有和饮食一样对健康有相同功效的就是充分的休息，犹太人也是非常注重的。

犹太人在每周的星期五晚上开始一直到星期六的傍晚为止，是禁烟、禁酒、禁欲的时间，一切杂念皆暂时摒除至九霄云外，一心一意地休息和向神祈祷。据说美国纽约，每逢此时，街上来往的汽车比平时减少了一半。

从星期六的晚上起才是犹太人的周末，他们便开始尽情地享乐。

犹太人知道惟有健康的身体，才能

享受快乐的人生，要想有健康的身体，必须吃得好，并有一定时间的休息，所以各位读者千万不要忘记：工作之后一定要休息！

* * * * *

健康是犹太商人的本钱。这是因为，犹太人自从几千年前被罗马人赶出家园后，几乎没有存身之处，在这样恶劣的环境里，他们始终没有倒下。即便是在二战期间的空前灾难中，犹太人一下子被屠杀了600万，但剩下的犹太人又生存繁衍下来，这实在是因为他们懂得怎样保护自己，怎样去保持自己的身体健康。

犹太人注重饮食，更注重充分的休息，也注重享受。

犹太人多是商人。商人同普通人相比，有一个特点就是忙，他们几乎没有什么工作定时，随时都有事，只要他愿意，干一辈了也干不完，工作耽搁了，

288 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

钱就减少，犹太人绝不浪费一分钟时间。但是，对于犹太人来说身体健康是根本，而身体健康需要休息，休息必将和工作相冲突，怎么办？这时犹太人毫不犹豫地放弃工作，选择休息。假如你不理解，向犹太人提问：

“你们工作一小时可赚钱 50 美元以上，如果每天休息一小时，一月就少赚 1500 美元，一年少赚 1.8 万元钱以上，这值得吗？”

犹太人会比你算得更快：

“假如一天工作八小时不休息，一天可赚 400 美元，那我的寿命将减少五年，按每年收入 12 万元计算，五年我将减少 60 万美元收入。假如我每天休息一小时，那我除损失每天 1 小时 50 美元外，将得到 5 年每天 7 小时工作所赚的钱。现在我 60 岁，假设我按时休息还可活 10 年，那么我将损失 15 万美元，15 万和 60 万谁大呢？”

这在犹太人看来是很简单的道理。犹太人确实是很精明的！

不会休息的人是愚蠢的人。连视钱如命的犹太人也愿意放弃钱来休息，而那些不为钱所缚的人们为什么不保护一下自己的生命，在工作之余找点休息时间？

俗话说：“不会休息，就不会工作。”那些不重视休闲生活的人，总是以工作太忙，抽不出时间为由，来自欺欺人。实际上不走出办公室，是无法体会到海

边沙滩作日光浴，或去爬山所能享受到的大自然的风情对消除身体疲劳的好处。这些人总是浪费自己的休息时间，使自己一天到晚在紧张忙碌中度过，而这一切对身体健康、提高工作效率、个人生活都是有害的。

因为愈是工作忙时，愈应该合理地休息，俗话说：“休息是为了更好地工作。”一张一弛，就必须学会强迫自己休息。工作繁忙的公司总经理们，就非常注意休息，常常把自己的休息安排得适当合理，哪怕有时只能放松 1 个小时，也要坚持。我们应该把休息列进作息时间表，与工作一样重要，坚持执行。如果你决定下午抽一个小时来锻炼的话，就应该丝毫也不动摇，绝对不让其他事情来占领。

IMG 的总经理迈克先生时常到夏威夷度假 4 天，他总是告诉自己的秘书这 4 天中不要有公事来打搅他，他需要彻底把疲劳赶出去。如果有急事要给公司打电话，那么也得由他来决定。

因此，犹太商人认为劳动、休息、谈话……您所做的任何事情都需要时间。能否在事业上成功实际上主要取决于你的时间安排得是不是最恰当。应该好好地安排你的休闲时间和假期，且坚决执行。否则，时间的空格就又会让繁重的公司业务占满。只有这样，才能“享受生活，享受挣钱”。

第十三章

谈钱术：用嘴巴咬住钱币

与其迷一次路，不如问十次路。

——犹太商人的金钥匙

犹太商人的富脑袋

在商谈中商定有关价钱问题时，对金钱非常热爱的犹太人，态度是非常认真的。犹太人对每个有关价钱的问题，都会非常认真地考虑。对于利润的一分一厘及契约书的形式等，也相当仔细。在这些问题上，他们没半点含糊，即使谈得满嘴白沫也不要休，发生激烈的争吵也在所难免。犹太人的“变脸术”，是值得我们学习的。他们的理智，足以战胜一切。在利益关头，“面子”算什么，值多少钱？因此，为了“面子”，不值得放弃商谈或浪费时间来拖延商谈。为了达到争利益的目的，犹太人善于向对手施加压力。

No 82

外表要像绅士

佛要金装 人要衣装

犹太商人对谈判极为看重，首先对谈判时的着装十分讲究。他们希望外表要像绅士一样，一方面是对对手的尊重，另一方面也能够给对手留一个好的印象。这样对谈判成功可以形成一定的辅助作用。

犹太教里有这样的教诲：人在自己的故乡所受的待遇视风度而定，在别的城市则视服饰而定。

这是说，对一个人的评价在故乡并不受衣着的影响，因为人们了解他的言行。但一个人如果到了他乡，人们要评价他就得看他的外貌特征、衣饰装束和言谈举止了。

犹太人认为：正式谈判时，因为场合比较庄重，穿着也要有所讲究。衣服要干净合适，符合礼仪。尽量避免穿奇装异服，给对方造成花里胡哨，不够持重的感觉。

目前商界谈判很注意对手的穿着打扮，看对方穿的什么牌西服、什么牌衬

衣、什么牌皮鞋、系什么领带、什么皮带，戴的是不是宝石戒指、是不是白金手表，以此来判断对方的财力。如果你穿得很寒酸，人家就对你失去了信心，谈都不要谈就打道回府了。

所以，过于低档的衣服，最好不要穿着上谈判桌。过于华贵的衣服也轻易不要穿着上谈判桌。不要过于虚浮和炫耀，要造成稳重的含而不露的效果。当然，也有人充分利用这一点，把自己收拾打扮得非常有派头，口袋里空空如也，然后以表面现象来骗人钱财。这些人只能骗小钱，真的大钱光凭穿得好是骗不去的。

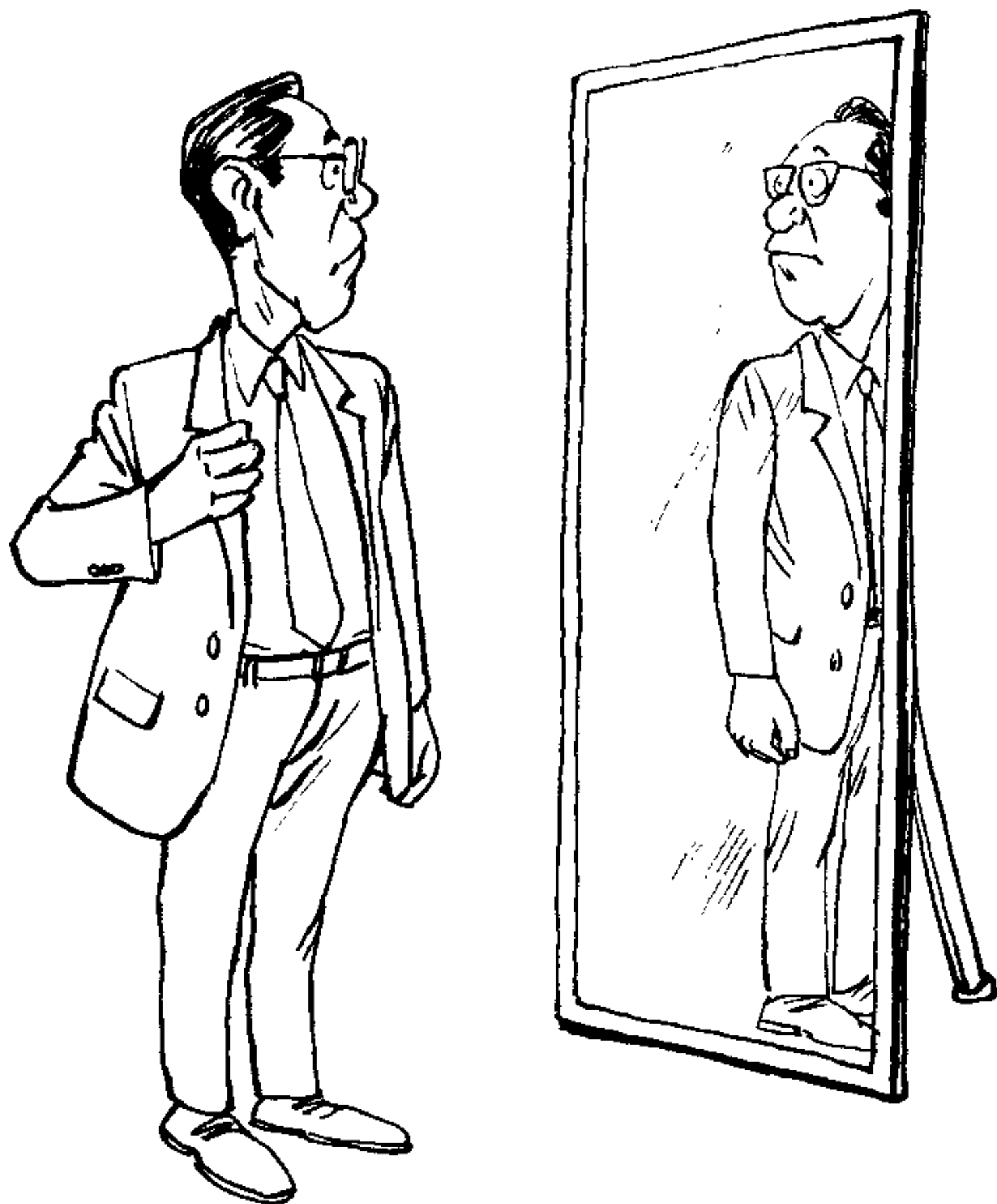
俗语说：佛要金装，人要衣装。犹太人认为对谈判人员的服装应当注意以下两点：

第一、服装要整齐。一般谈生意人员很少穿公司制服去拜访客户。但客户来访，必须穿制服接待。不论制服也好，便服也好，总之应该整洁大方，不能邋

292 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

邋邋遢遢，不修边幅。必须注意衬衫的领子、袖口是否干净。裤缝是否挺直也很重要。鞋子也应千万注意保持光亮。袜

子也不可不小心，有人穿着松松垮垮的袜子，都落到脚跟上了，实在是不雅观。



第二、注意个人卫生。除服装必须整洁外，还应该注意自身的清洁。头发

一定要整齐，不要披头散发或满发油光与人交谈。肩头上落满头皮屑也叫人不

敢恭维。此外，奇形怪状的发式也令人反感。指甲应经常修剪，指甲缝要注意清理。手帕看似不算什么，但也影响到他人对你的印象，应当每天换洗。

一般来说，深色的西装，尤其是深蓝色或暗灰色的成套西装，容易使穿着的人带有一种权威的味道；而且对谈判的人来说，衣服的式样实在不宜过分时髦，否则会给人有一种虚浮的感觉，因而降低了穿着者的身份。下面是一个企业领导的衣着应该注意到的五个问题：

(1) 衣着颜色越深，越有权威感，因此，如果你想表现出一种具有权威而可信赖的气质，你应该穿深蓝色或暗灰色的衣服。同时，你的衣服剪裁要合身，而且要选用高级面料，这样才能相得益彰。

(2) 衬衣的颜色要与上衣及长裤成强烈的对比，比如说，穿深蓝色的上衣和长裤，最好穿纯白色的衬衫。

(3) 不要购买流行不到半年以上的衣服。一个领导者，不必在衣着上过分新潮，因为这样会招来轻浮的感觉。

(4) 如果你要和部属一起工作，你必

须先想好——如何在衣着上与他们或其他人稍有不同。

(5) 场合的问题也很重要，例如，你如果到扶贫地区考察，就不必穿着一套价值昂贵的衣服；如果去参加重大宴会，就要把身份地位穿出来。

至于其他细节，比如领带方面，你不能选择太花、太俗气的领带，应以条纹、圆点、花格子等式样的为佳，因为稍素一点的不但比较具有权威感，也不俗气。再如其搭配方法，如果你穿花格西装上衣，最好打一条素色领带缓和一下，而穿深色衬衫，则配以浅色领带。

衣着虽然只是一个人的外表，但在还没有机会把自己内在能力表达出去之前，它常会左右别人对你的第一印象。所以，如果你能带给别人初步的好印象，起码不会在没有机会表现自己之前，就遭到对方的否定。否则，你即使有再好的谈判能力也等于零。所以，身为谈判者，不能不注意外在美！

犹太人上述善于谈判者要像绅士的建议，是现代谈判必须注意的事项。

NO 83

刺探清楚后，再谈判 把要做的事情弄明白

犹太商人的谈判策略之一是：“要想与对手谈成生意，必须做到像侦察员一样，先弄清对手的底细，然后于进入真正的实质性谈判”。

犹太商人十分注重商业谈判技巧，所以他们的生意成功率较高。犹太商人的谈判技巧一般有以下一些特点：

事前设法了解对方。《犹太格言》说：“与其迷一次路，不如问十次路。”这讲明犹太人在行动前总要把目标方向了解清楚，不主张贸然行动。有一个真实例子，美国总统福特在一次访问日本时，犹太后裔基辛格作为美国国务卿同行。福特总统在参观日本京都的二条城时，曾询问日本的导游小姐大政奉是哪一年？

那导游小姐一时答不上来，基辛格立即从旁插嘴：“1867年。”

这点小事，说明基辛格在访问日本前已深深了解和研究过日本的情况，阅读了大量有关资料，以备不时之需。

在犹太人的观念中，会话是一种不必借助武器的战争，三言两语可以造成极大的杀伤力，亦可轻而易举地征服人心。正因为有这种观念，犹太人在任何商业谈判前都先做好周密的准备，广泛收集各种可能派上用场的资料，甚至对方的身世、嗜好和性格特点，使自己无论处在何种局面，均能从容不迫地应付。

* * * * *

犹太商人在商务谈判前一定要了解顾客的基本需要，然后针对顾客的需要而努力设法满足它。对广大顾客来说，生活上的需要，工作上的需要，精神上的需要，是基本的需要，是必不可少的需要。当然，不同的顾客在这三方面的基本需要，又有轻重缓急之分。

犹太商人善于针对顾客的基本需要，设法对顾客表示出关心。他们不光谈商品、交易，还根据洽谈气氛，适时地谈

谈顾客生活上的爱好，精神上的追求，工作上的兴趣、志向及成就，等等。如果他们了解到顾客对这些内容感兴趣，就会顺水推舟地同其侃谈。这样使得气氛融洽了，也就容易与交易联系起来。犹太商人要想谈判有效，必须注意：

(1) 大多数商业谈判的高手对于自己和对手都有一个正确的判断，人们懂得如何不卑不亢，恰到好处地完成自己的

谈判任务。

(2) 大部分人真正拥有的能力要比他们所想象的大。只要经过有系统的分析，你才可能了解自己的能力和能力来源于坚定的个性、激烈的竞争、提供奖励或者惩罚的方法、承诺、学识、冒险的精神。勤奋的工作和熟练的讨价还价技巧也都是力量的来源。这样才能谈判成功！

NO 84

避免谈到哪就算哪 确定好每一次谈判的目标

犹太商人谈生意准备阶段的要务之一，就是定出目标。谈生意目标的确定，需要在谈生意的准备阶段搜集与谈生意目标相关的技术与价格资料，同时了解对方的态度和可能发展的趋势。

因此，在犹太商人看来，准备阶段的确定目标中决定整个谈生意成败的关键。远在你坐在谈生意桌之前，那些你所做的以及没做的，就已经决定了你在谈生意中的表现。

荷伯先生家的电冰箱出毛病了，据说已经不可能修复了，于是他决定去买台新的。他从存折取出仅有的 450 美元，也就是说，要买一台新的冰箱，他最多只能出到 450 美元，除此之外，他的兜里只有一盒火柴、一根笔和八分零钱。

他再三选择后来到了赛厄斯商店看中了一台标价为 489.95 美元的冰箱，他很喜欢。你知道，赛厄斯商店是明码标价商店，他们不跟别人讲价。可是荷伯先生就是用他仅有的 450 美元买到了这台心

爱的冰箱。

他达到了目标，那是因为他先定出了目标。

(1) 定出你的理想目标

理想目标是个希望得到的目标，即达到了此目标，对己方的利益将大有好处，如果未达到，也不至于损害己方利益。

一位热气球探险专家计划从伦敦飞往巴黎。他对自己此次行动的目标做了以下详细划分：

我希望能顺利抵达巴黎；

能在法国着陆就已经不错了；

其实只要不掉到英吉利海峡，我就心满意足了。

注意：犹太商人认为谈生意是从实际出发的，理想目标也固然要遵循“求乎其上，得乎其中”的原则，但是，理想目标绝不是漫天要价，你总不希望当你刚亮出报价牌时，就把对手吓跑了吧！

甲公司需要一套计算机软件程序，

而此时乙公司正好有这样一批东西。当两方代表坐下来准备谈这项协议时，乙公司代表显然有些趾高气扬。

“坦率地对你们说吧，这套软件我们打算要 24 万美元！”

此时甲方代表突然暴怒了，他脸发红，气变粗，提高嗓门辩解道：“你们开什么玩笑，简直疯了，24 万美元，是不是天文数字？你认为我是白痴吗？”



就这样，双方几乎再没有在谈生意桌上讲第二句话。

(2) 重要的是你的终极目标

一家位于苏格兰的小轮胎公司原来一周只开工四天，经理为加强产品在市场的竞争力，希望能将工作定为一周开工五日。但是，工会拒绝开会，工会的理想目标是周五不开工。

在漫长的谈生意过程中，公司一再声明，如果工会不肯合作的话，公司将可能被迫关闭。看来资方的决心挺大，可工会的决心更大。最后谈生意宣告失败，公司亦宣布关闭，工人们都失业了。工会就是因为要追求理想目标而牺牲了终极目标——保住饭碗。

(3) 最好有个目标区间，以便你和你的对手能自由游戏于理想目标和终极目标之间

早上，甲到菜市上去买黄瓜，小贩 A 开价就是每斤 5 角，决不还价，这可激怒了甲；小贩 B 要价每斤 6 角，但可以讲价，而且通过讲价，甲把他的价格压到 5 角，高兴地买了几斤，此外，甲还带着侃价成功的喜悦买了他几根大葱呢！

同样都是 5 角，甲为什么还愿意磨老半天嘴皮子去买要价 6 角的呢，因为小贩 B 的价格有个目标区间——最高 6 角是他的理想目标，最低 5 角是他的终极目标。而这种目标区间的设定能让甲心理上接受。

一般来说，很多人都会这样对孩子说：“如果你目标订得高，成就自然就大。”在平常生活中，我们往往都是这样做的。但是，在商场上，这个习以为常的道理还能起到那样的作用吗？

有两位教授做过一个实验。他们在

进行交易的两人之间安置了一道栅栏，让双方都看不见对方，也听不见对方说话，因此要价、出价只能靠传递纸条沟通。在沟通过程中，双方所得之信息完全一样。但是一方被告知，他可以 7.5 美元成交；另一方则被告知他可以 2.5 美元成交。结果，期望以 7.5 美元成交者，果然如愿以偿；期望以 2.5 美元成交者，也和预期所得很相近。

一位犹太商人也尝试了一个这样的实验，不过情境有些不同。两位教授所选对象是学生，这位犹太商人所选对象是专业人士；教授限制谈判双方沟通，犹太商人则让对象直接接触；教授提供期望值，让谈判双方参考，犹太商人则让对象自行决定。结果，犹太商人的实验证实了，期望值高者能以较高价成交，期望值低者成交价自然较低。

由人们在生活中设定目标、修正目标的举动可以看出一些他们在谈生意中可能出现的反应。人们常为自己修订目标，却浑然不自知。当犹太商人选择去一个社区居住，或选择参加一个团体，或选择上一个教堂时，犹太商人便会针对现况，制定目标。企业主也是这样，他们会向朋友、秘书、助理人员描述他们的目标，依据不断的反馈，逐步向上或向下修正目标。

犹太商人认为，个人的期望值反映了他希望达到的目标，换言之，那是他对自己的一种期望。期望不单是愿望，而是一种包含了展现个人自我形象的肯

定意图。万一表现不好，可能有损自我形象。当人们被问到“下次你想拿几分”时，他们设定目标的真实度绝不如当他们被问到“下次你期望拿几分”时来得高，因为，后者牵涉到自我形象的自尊，而前者没有。

期望值、敢不敢承担风险和成功是相关的。在选择目标时，个人就仿佛赌客下注一般，尽可能在所得、代价和成败之间保持平衡。当然，要想在成败、代价、所得三者之间，找到常胜不败的基础，确非易事，因此，人们只能利用过去的经验，凭此出发。

成败会影响期望值。人们会按照自己的能力、表现，来决定期望值的高低，因为，在这场轮盘赌中，个人最宝贵的资本——自尊，也被掷于其中。

犹太商人认为，谈生意就是一个不断寻求反馈的往返行为。买方、卖方各自订立目标，然后寻求反馈，反馈中的每项要求、让步、威胁、迁延、最后期限、权限，甚至好人、坏人的评语，都可能影响双方的期望值，任何一句话、任何新动向都可能左右“价钱”的起伏。

因此，犹太商人认为在谈生意过程中，设置高目标的人往往会比设置低目标的人表现得好。不过，期望愈高，失望的机会也会愈大，这当中自然要承担风险。所谓“买卖交易”，当然要靠良好的判断力，做一个周密的评估。评估时应该将目标订得高一点，尽管那样会有一些风险。

NO 85
拿出几套具有杀伤力的方案
心中始终要有一本账

犹太商人认为在谈生意之前的准备工作中，制定多个不同的谈生意方案的好处在于：你会清楚万一初次谈生意宣告失败，你还可以提出哪些不同的选择由对方思考，而不至于毫无准备地接受一个你根本就不满意的交易，虽然在签约的那一刻，你觉得那是你惟一合理的选择。

在制定不同的谈生意方案这个问题上，你千万不要自以为是地以为：“谈生意根本不会破裂，现在想那么多问题干吗？”对一个试图逃避艰巨的谈生意准备工作的不合格的谈生意者而言，这确实是一个极好的借口，但我们应该看到事情的另一面。

在许多种情况下，自认为谈生意不会失败，从而只抱定一种既定的谈生意目标不放，确实也没有造成什么损失。但是，绝大多数的谈判都会按照不同的形式进行，并且时常受到迟迟无法达成协议

的困扰。而且，如果你事先没有准备好其他的方案，你很可能被迫接受一家远远低于你满意程度的交易。你会在毫无退路可言的情况下，切实地感到那种“挥泪大甩卖”的心理压力。

有一位叫罗杰斯的推销员积极奔走，以极大的热忱投入推销工作，所到之处，他都热情地把空调从头到尾向买主介绍一通，乐此不疲。起初这一招也起点作用，但后来遇上一位顾客——帕克，情况就不一样了。

*** **

帕克静静地听完了罗杰斯的介绍，起初一言不发，但后来他针对空调的优点大谈起来：“这种空调确实有不少优点。但是，由于它是新产品，质量是否可靠、性能是否优越都很难说。虽说噪音低，但比名牌的噪声大多了，我家有老人，噪音大了会影响休息；虽然不用换电表，但我住的是旧房，线路负荷已

300 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

经够大的了，若再用这么大功率的空调，会引起麻烦的。而且天气已经降温了，可能这个夏天不会再有高温了。如果买了不用，半年的保修期很快过去了，等于没有保修。”听了这番吹毛求疵的挑剔，一向善辩的罗杰斯竟一时哑然，在受到“突袭”的情况下只得降价求售。

犹太商人提出了将制定“杀伤力方案”的办法：

(1) 你可以决定采取什么目的谈生意

在准备你的几套方案之前，你首先应当弄清楚你所准备的方案是做什么用的：是准备在谈生意可能失败之时，你提供给对方的不同于现时谈生意目标的新的条款呢，还是当对方不同意你所开列的条件时，你开出的另一些条件？很显然，前一种方案是全局性的，后一种方案是局部性的。

(2) 你可以决定采取什么方向的谈生意

采取横向谈生意的方式，你可以将准备洽谈的议题全面铺开，并且规定好每轮要讨论多少个问题，按顺序一轮一轮地谈生意。采取纵向谈生意的方式，你可以把要谈生意的问题整理成一个序列，按问题的内在逻辑要求，按顺序进行谈生意，一次只谈一个问题，这个问

题不彻底解决则不进行下一问题的讨论。

(3) 你可以订立不同的谈生意方式

①常规式谈生意

在你与固定客户之间，经过多次来往，交易条件已趋于固定时，你可以决定仍以过去交涉的程序、条件、经验为基础进行循规蹈矩的常规式谈生意。

②利导式谈生意

你在充分研究对方谈生意人员心理动势的基础上，迎合、利用对手的主体意愿，诱发其向本方谈生意目标靠拢。你可以将计就计，投其所好，先易后难地提出一些为谈生意对方能够接受或与对手有共同之处的议题，以使对方乐于合作。

③迂回式谈生意

你可以不与对手就直接交易的内容进行协商，而是抓住要害或利用某些外在条件间接地作用于对手。

④冲激式谈生意

你可以采取正面对抗战冲突，使用强硬手段以给对方施加压力。

(4) 谈生意方案的制订当中，不可忽略的是下面一些重要元素：“谈生意主题和目标；谈生意时间；谈生意期限；谈生议程。

NO 86

把自己藏得越严实越好 千万别泄露自己的秘密

在犹太商人的生意经中，总是告诫人们：把实力摆在脸上的人，不是自大狂就是因为过度自卑。在谈生意中泄露实力是最不可原谅的错误。

犹太商人有一种说法：谈生意 = 智力 + 眼力，其关键在于用两种力量掩护自己实力的极限。泄露实力不是泄露底牌，虽然泄露底牌也等于泄露了实力。泄露实力意即把自己的一切像个透明人似的展览在对手面前。

不要过早向谈生意对手泄露自己的实力，否则你会像穿着新装的皇帝一样，在你的对手面前一览无余！

每一个谈生意者都明白这个道理：“知己知彼，百战不殆。”实际上，可以说所有的谈生意者都是尽力这样做的。商业谈生意中，要求我们在谈生意前有所准备，要清楚地了解自己和对手的各方面状况，才可能常胜不败。但是，我们也要认识到，对手也在做着同样的工作。常识告诉我们：对方知道得愈少，

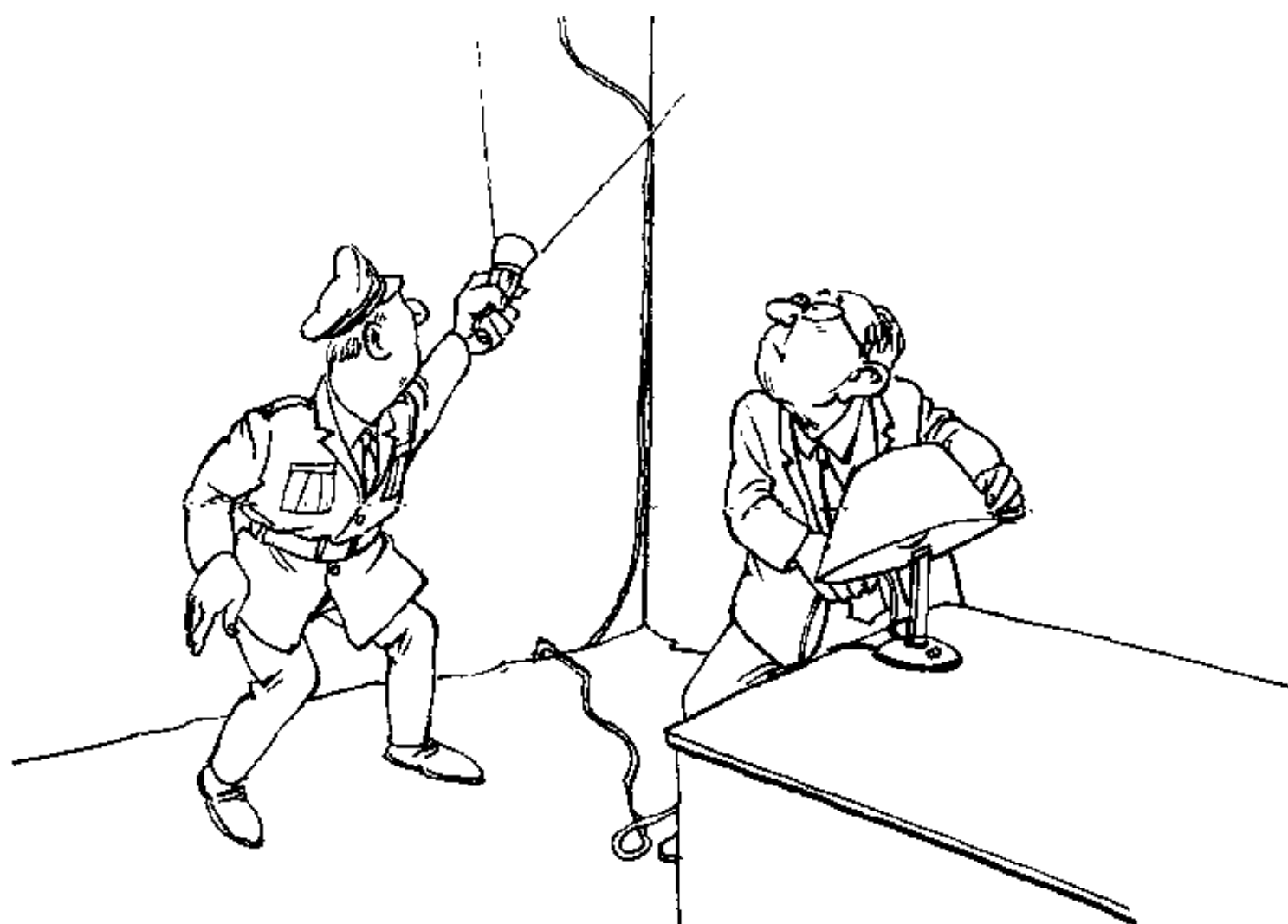
对自己就愈有利。因此，在了解对手的同时，我们还有一件很重要的工作要做，那就是保守自己的某些秘密，不要让它泄露或过早地泄露，以免让对方知道自己的全部实力。

可是，谈生意目的就是为了得到利益。对于买方而言，他所付出的价格里，除了金钱外还包含了对卖方的信任。从买方的观点来看，卖方的信用犹如卖方所提供的货物及服务，都是交易的一部分。因此，在谈生意时，双方必须互相提供资料，这是惟一可使双方交易顺利进行的方法。我们都了解，与不能信任的生人谈生意有多么地困难。在过去，商业口号是“让买方自己去担心吧”！就是说，卖方对于自己的商品成本材料等有关资料是密不外泄的，商品是好是坏，全由买方自己去判断。随商品经济的全面发展，信用被提到愈来愈重要的位置上。到了今天，“让买方知道吧”变成了通行的口号。为了取得买方信任，卖方

302 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

就尽量设法向对方提供种种有关的资料和“证据”，顾客有权利了解所购买产品的有关情况，特别是其成本构成。充满竞争的现实，让我们不能将自己某些真正秘密轻易透露。慢慢地展现自己的力量，比马上透露出全部力量更有效。给对方一段适当的时间来适应和接受我们的观念，慢慢展现会加强对方的了解，促进意见改变的可能性。

到了今天几乎每一个企业都被商业间谍所包围。在谈生意中使用商业间谍是极富诱惑性的，没有任何收益会比这个快。譬如说，如果买主知道卖主愿意接受的最低价格，这信息有时就值上几百万美元，而得到这项信息的费用，可能只不过是几块钱而已。这种方法已经被大量运用于刺探对手的商业情报和秘密，并且非常有效。



商业间谍几乎无孔不入，而且所取得的资料的详尽令人难以置信。最常用的商业间谍刺探方法是：招募对方公司的职员，要求他继续留在原来工作岗位上。当然他的新雇主会为他保留着新职务，以令他安心地将对方公司的资料源源不断地送出。最阴险的商业刺探莫过于以不正当的手段贿赂对方公司的专家

或员工。

商业间谍基本上分三类：最低一类是不忠诚的雇员；第二类是兼职间谍；第三类是职业间谍。

有一次，一个非常大的公司的董事长邀请一个反间谍专家共进午餐，当董事长非常直接地要求帮助征募一个好的商业间谍以打探竞争达到什么程度时，

他感到吃惊。

但是商业侦查最阴险的一面，大概是偷挖其他公司的专家雇员。为了能在竞争中领先，一个公司可以雇用代理人用高薪收买关键人物。当然，这是一种正常的商业风险，没有几家公司能提供足够的保护来阻止它。

这种刺探的最危险形式是公司征募竞争者的雇员，并要求他保留其在第一雇主那里的那份工作，当然也接受其新雇主的聘金。从实际意义上讲，这个雇员已经成为间谍。即使他在最终寻找到他的新工作之前并没有向其新雇主传递过任何情报。他可能很好地潜伏一年或更长的时间，当一项具体研究进行到最后阶段时他便离去……

现在，渗透的方式和所获得的资料已发展到几乎不能令人理解的程度。缩微照相、窃听器、远距离照相机、磁带录音机、计算机化的信息存储与传递，以及这些手段的组合，已经使商业间谍能轻而易举地完成他的任务。如果这些获取情报的手段被专家所掌握，那么它就会成为严重威胁。

有一家公司的董事极为偶然地发现他的台灯有一条备用引线。经安全人员检查发现，这条引线穿过墙壁和导管直达屋顶。导线的一端装有麦克风，一端装有发射器。

擦窗人和办公室清扫工以及低薪办事员，常常被利用来干这种事。只用 50 元或者等价的东西，就可说服一女清洁工把窃听器塞到桌下。

废纸篓也被证明是商业间谍的情报源，它能使他从中拼合出大量有用情报。

在谈生意中商业刺探的诱惑力极大。恐怕没有什么地方能比这儿的利害关系更大，收益更快了。你可以设想如果买主能刺探出卖主可接受的最低价格是多么重要。对巨额交易来说，这种情报可能值几百万元，而往往获取这一情报的投资不过才几元。

安全措施要始于资料的保密。一个优良的安全措施，在指派职员参加谈生意以前，必须对他进行全面调查；资料的收集、分析和保管更要建立起严格的程序；资料要在严格的规定下才可以调阅；工作的地方也要在严格控制下才可以接近。一个合理的安全措施必须能够防止任何形式的渗透。

从谈生意角度来说，应取严格、严肃的保密政策。这种政策从突出保护情报的必要性态度开始。若不给那些责任人以足够的钱和执行权，便谈不上保密。在指定雇员参加大型谈判之前，要对其进行严格的筛选，要建立严格的情报收集、分析和保存安全的程序，只给那些需要知道的人以接触数据的机会，同时也要严格控制进入工作区的人员。严肃的保密政策对违背公众利益的东西持强硬立场，它可杜绝任何形式的泄密。

保密也是种思想状态。它要求人们关心他们所干的工作，对工业间谍的危险不要太轻视，这应从公司的领导做起。如果公司领导都不关心这些事，别人更不会去管。

下述规则有助于将工业间谍的风险降到最低，但不可能消灭它：

①不要选择性情不稳定、嘴不严的人；

304 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

②不要多嘴多舌；

③不要让不必要的人接触数据；

④让那些需要知道的人只知道他应该知道的那部分，不要超出这一范围；

⑤如有可能，要确定现存的违背公众利益的东西，要富于想象；

⑥对行贿要及时报告，任何人不得例外；

⑦不要向对方提供太多数据，除非为了战术上的考虑才显得大方；

⑧在本组织内部保持一个顺畅的通讯网，以便了解对手在挖什么及其目的；

⑨以保密方式来处理所有的支持性材料，注意收藏和保管，决不可随意乱放；

⑩要转移核心小组会并且不在旅馆房间讨论谈生意业务，这些房间可能被窃听；

⑪对编制重要报价的工作组要进行隔离；曾有家公司把 30 人隔离在一海滨胜地，让他们为编制一项 10 亿美元的报价而工作了一个月；

⑫不要让太多人知道最终标价；

⑬及时惩戒违反保密制度者；

⑭有时通过看门人或其他服务人员能最容易地接触保密情报，要注意防止这种渗透。

是否显得对保密过分谨慎了呢？是有必要这么做的。多数买主和推销员，特别是那些大公司里的这些人，都生活在一个理想世界里，他们忽视谈生意中间谍和窃听的可能性，这大概是因为他们不曾想到会发生这些事。商业间谍在谈生意中已成为不断增长的事实。所以犹太商人主张把自己的嘴巴裹得越严实，谈判的安全系数就越大。

NO 87

耐心寻找双方的调和点 问题总是一步一步解决的

在犹太商人看来，谈生意双方在立场上争执不休是无法达成目的的，因为立场根本无法调和。要想谈生意成功，双方必须只针对利益——因为只有利益才是联系谈生意双方的纽带。

调和双方利益而不是调和双方立场，这种方法之所以行之有效，原因有二：

第一，任何一种利益，一般都有多种可以满足的方式。

第二，在对立立场背后所存在的共同性利益，常常大于冲突性利益。

我们往往因为对方的立场与我们的立场对立，就认为对方的利益与我们的利益冲突；如果我们有一项要防止对方侵犯的利益，对方就一定想来侵犯；如果我们的利益在降低房租上，对方的利益就一定在提交房租上。但在许多谈生意中，深入审视潜藏的利益，就可以发现，双方的共同性利益要多于冲突性利益。

以房主与房客之间的共同利益为例：

①双方都需要稳定。房主需要稳定的房客，房客要找到时间长一点的居住地；

②双方都希望房间维护得很好。房客要住在里面，房主想要增加房子的价值以及建筑的名气；

③双方都希望建立良好的友谊。房主想要房客按期付租金，房客希望房主做必要的房屋维修。

双方还有些不同但不冲突的利益。

①由于房客过敏，他不喜欢新刷的涂料。房主则不愿花钱重新粉刷所有的房间；

②房主可能希望第一个月的房租有所保证，因此想让房客提前预付。房客对房间很满意，他可能对何时付房租没太在意。

当考虑了上述共同利益和不同利益之后，双方在低房租与高收益方面的对立利益就容易解决得多了。双方的共同利益也许会促使他们签一份双方都满意

306 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

的合同，比如订下长期合同，双方共同承担改善住房条件的费用。双方为了友谊做一些努力，不同的利益就可以得到满足。比如第二天预付第一个月的房租，房客花钱买涂料，房主负担粉刷费用。不要把调和双方利益分歧的事想得太轻易——这就好像一个人一手要把向北去的驴子拉回来，另一手又想把向南去的驴子拉回来一样，有时费心费力，也未必能大获得成功。

关键是要找到诀窍。

我们来看看姐妹俩争吃一个桔子的故事。两个人都要这个桔子，因此就一分为二。她们并未了解一位想吃果肉，另一位只想用桔皮烘烤蛋糕。这个故事如同许多谈生意案例一样，圆满的协议之所以有达成的可能，正是因为每一方所要求的是“不同”的东西。你了解了这一点，一定会感到惊异，人们一般都认为双方的差异只会造成困难。然而，“差异”有时却能导出解决问题的方法。

* * * * *

“协议”往往是基于“不一致”而达成的。假如股票购买人一定要说服售出
人相信价格会上升然后才成交，那岂不是笑话。如果双方一致认为股价将上涨，售出就可能不想出手了。股票交易之所以能达成，正是因为购入者认为会涨价，售出者认为会降价之故。想法的差异，是达成交易的基础。许多创造性的协议，都显示出“透过歧异达成协议”这一原则。在利益和想法上的歧异，可以使得某一项目对你有很大的利益，而

对另一方则损失不大。

调和双方利益的第一个诀窍是：拟定一些你本身可以接受的选择方案，然后征询对方偏好哪一项。你希望知道的只是对方偏好哪一项，不必知道对方可接受哪一项。然后你再细分对方偏好的那项选择方案，将之分为两种以上的不同方式，再请对方选择。

如果要用一句话来概括如何“契合”的话，那这句话就是：寻找对方损失有限而对你大为有利的方案；反之亦然。在利益上、次序上、信念上、预测上，以及对风险抱持的态度上有差异，正是双方可以“契合”之处。因此，谈生意者的座右铭也可以是：“差异万岁！”

调和双方利益的第二个诀窍是：把双方的注意力都放在谈判的内容上。

现在你正在设法寻找可以改变对方抉择的各种选择方案，以便对方做出令你满意的决定。你要给对方的不是问题而是答案，不是困难的决定而是容易的决定。在这一阶段中，你务必把注意力放在决定的内容上。决定常常会受到不确定因素的羁绊。

你往往希望得到的越多越好，但又不知道得到多少才够。你可能会说：“你说出来，我就知道够不够。”这在你自己看来，也许言之有理，但若是从对方的角度看，你就知道必须提出更令人信服的理由。因为不管对方做什么或说什么，你都会认为还不够——你还想要多一点。要求对方再往前多走一步，并不会产生你心中期望的结果。

许多谈生意者都不能确切地知道自己向对方提出的要求是“形式上说说”

还是“实际成效”，而这两者的区别却是至关重要。如果你希望的是“实际成效”，就不要给谈生意空间增设障碍。如果你希望让一匹马跳越栅栏，就不要再加高栅栏。如果你希望出售三角一杯的饮料，就不要为了自己有谈判余地而把价格定为五角。

在大多数的情形下，你想要的是一项承诺，即一个协议。你可拿出纸笔，设法拟出几项可能的协议。在谈生意中为了理清思绪而动笔，永远不算过早。先从最简单的可能方案开始，然后拟出各种选择。对方会同意哪些对双方有吸引力的条件？可以减少在拍板上有发言权的人数吗？你能拟出一份对方容易履行的协议书吗？

一般说来，人们对还没有着手的事情容易打退堂鼓，对已经开始的事情则不易退缩；对已经进行了一阶段的事情容易停歇，而对刚刚着手的全新行动不易停止。如果工人希望边工作边听音乐，则公司容易同意在几星期中试行让工人自行播放唱片，而不容易接受由公司播放音乐。

由于大多数人都会受到“合法性”概念的强烈影响，因此，设法使解决方法显示出完全的合法性，是解决方法容易为对方所接受的有效方式之一。对方比较容易接受从公平、法律和荣誉角度看认为是对的事。

最后，犹太商人坚持调和双方的利益，公正是一切的保证。

NO 88

摸清对方隐藏的“底牌” 挖出有用的秘密

犹太商人认为，要想在谈生意中占得主动，一方面，要防止对手翻看自己的底牌；另一方面，自己也要想办法摸清对手的底牌。

有没有办法可以摸清买方或卖方的“底牌”呢？参与谈判的人无不挖空心思，想找到这个答案，但是，即使他们找到正确答案，却又不见得会接受。不过仍有些方法可以帮助他们测出那是不是真的“底牌”。虽然这些方法并不是适用于任何一个人：

(1) 针对“如果怎么样”策略

卖方报的价钱是一个1元，买方就想，如果自己多买一点其他的东西，卖方是否愿意把价钱降到9角一个，于是不说其他，直接询问卖方，9角一个卖不卖。

(2) “另作考虑”策略

卖方在想，如果连带家具的话，买方是否愿意花25万元买下这栋房子。于是他提出这个价格给买方参考，如果买

方上钩的话，那卖方就可以估算出买方的预算和“底价”了。

(3) “土地热卖”策略

土地开发商告诉顾客，去年有一个主顾花了5万元买下这块地。假如买主说：“换了是我，也一样买。”那土地开发商就摸到买主的预算肯定超过5万元。

(4) “以无换有”策略

卖方想知道买方是否有诚意要买，于是就先拿一种“缺货”的商品开价，然后再告诉买主，现在那种商品有货，不过价钱稍贵一点。

(5) “全数买下”策略

买方买的布料，开价30元1米，他先问卖方，如果将这100米布全部买下，是否可以便宜到15元1米。借此还价，买方可探明卖方的成本大约是多少。

(6) “以退为进”策略

卖方开价每只1元，然后坚持不让价，看买方究竟愿意出多少价来买。当然，买方出价一定比订价低得多，卖方

听了，故意装出难以置信的样子，认为买主在开玩笑，所以请求买主再开一个数字，以便交易可以继续谈下去。买方于是重新报价，卖方当场不表态，并说会跟主管商量，因此必须等到第二天才能将最后结果告知买主。

(7) “置之死地而后生”策略

买方向卖主出售船只，但是因为出价太低，卖方难以接受，只好拒绝。买方接着对卖方说，以他的财力显然买不起一条船，不过他实在很感兴趣，这么一条船到底值多少钱。卖主心想，虽说买卖不成，彼此交个朋友也好，于是就毫无戒备地和买方聊起来，没想到，这时，买方又突然提出另一个价格。

(8) “探子”策略

“探子”开了一个奇低的报价试探

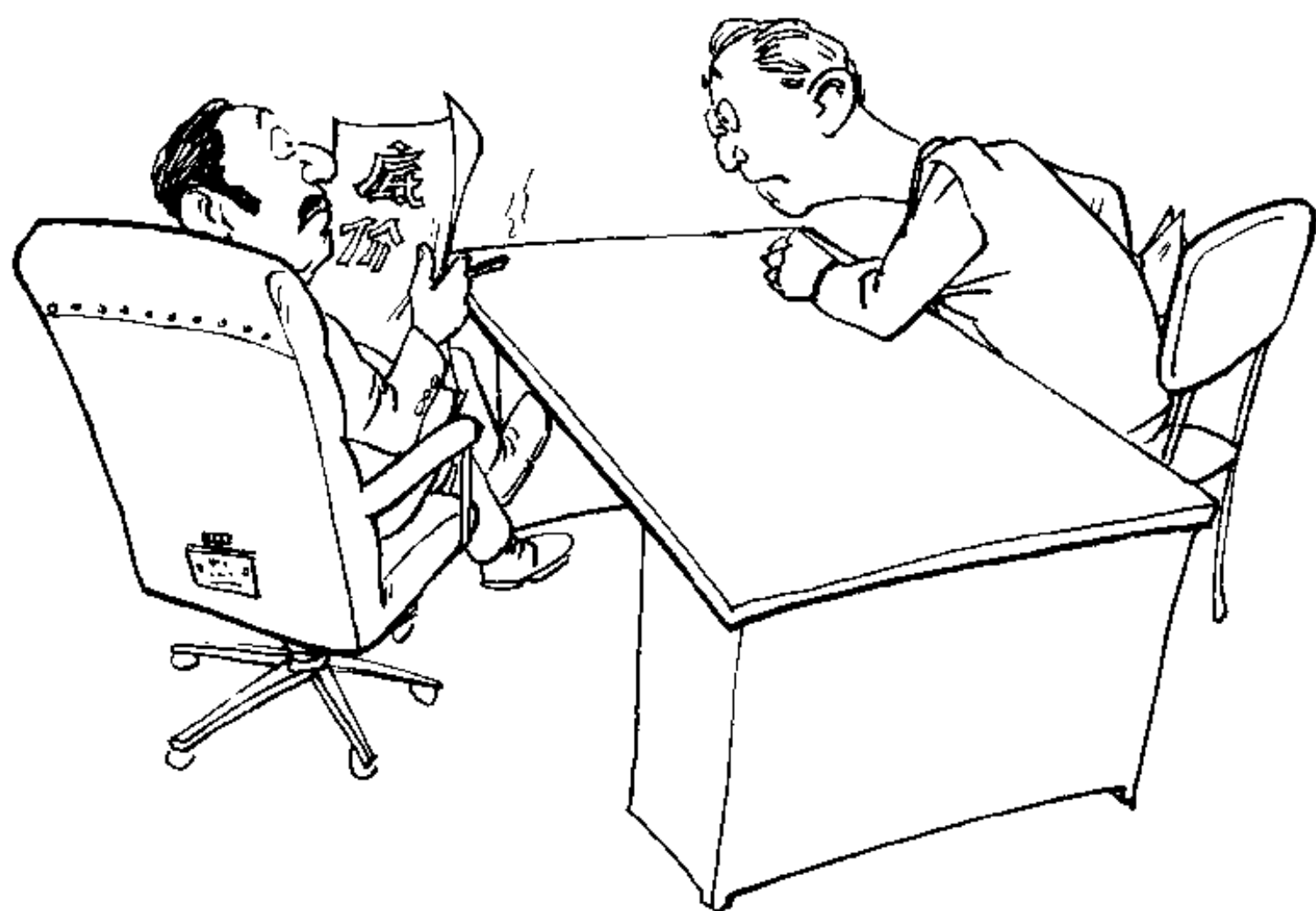
卖方的反应，然后真正的买主根据“探子”得来的底线，决定如何和卖方讨价还价。

(9) “荒谬”策略

买主以几部车、几条船、一块荒地和一大堆乱七八糟的物品，要和卖方交换他的一块土地。卖主指着买方大笑，说他出的条件太可笑，这块地产值多少钱，大家心里应该都有底。房地产掮客运用这个方法探出卖土地的人心中真正的底价。

(10) “比价”策略

卖方想试探买方对高价的反应，就告诉买主，他有一桩买卖就是用这个价钱成交的。而买主则说，他有一个朋友前几天才买了一个完全一样的东西，可是价要比这里便宜得多。



310 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

摸清对方的底牌，才能做到充分的“知彼”。

我们在这里所说的透视，并非用眼睛去看，而是用几种类似于透视的办法，来达到洞察对手底牌的最后目的。

那么，如何才能“透视”对手的底牌呢？

下面有 10 个策略：

(1) “错误”策略

卖主以很低的价钱吸引顾客前来购买，等到顾客真有兴趣要买的时候，卖主又说，由于先前估价过程有错误，所以价格必须重新审定。

(2) “提高品级”策略

卖方要知道买主到底有多少预算，于是便在停放“雪佛兰”车型的场地，询问买主对“奔驰”车有没有兴趣。

(3) “降低品级”策略

买主不知道出多少价钱卖方能接受，于是就先告诉卖方，他在考虑买一种品级较低的产品，然后再用这种较低的价格去试探卖主，看卖方能不能以这个价格卖给他品级较高的产品。

(4) “步步高升”策略

买卖两方谈好价之后，卖主反悔，他说经过一番“长考”，认定应该提高售价。

(5) “心有余钱不足”策略

买主表示，他确实很有诚意想买下卖方的产品，可是因为预算有限，尤能

为力，所以，他们开始商量是否有其他办法，可以做成这笔生意。

(6) “调解”策略

因为谈生意进行速度过快，买卖双方已竭尽其能，做出最后的让步，但还是没有达成协议，甚至使谈生意陷入僵局。这时候，运用仲裁从中调解，或许能使谈生意重现生机。

(7) “要不要，不要拉倒”策略

买主提出这种条件，目的是要试探卖方的反应。

(8) “礼尚往来”策略

买方提出一个可能的让步方案，并希望卖方“礼尚往来”。如果卖方果真依计让步的话，买主就会从较低的价位开始和卖方谈生意。

(9) “二选一”策略

买方得知两幅画的价格是 800 元，如果你仅买一幅，单价就提高到 500 元，于是，买主询问对方，两幅才 800 元，这幅是 500 元，那另一幅 300 元，你卖不卖？

(10) “单刀直入”策略

假如以上策略全行不通，那我建议你不妨采用“单刀直入”法，事实，不少人对“你来我往”、“讨价还价”缺乏耐心，所以他宁愿直截了当告诉你底价，至于你接不接受，那是另外一回事。

因此，犹太商人认为，掌握透视对方底牌的诀窍，你才能操控谈生意的全局！

NO 89

越谨慎，越受益

“瞎子打灯笼”与“打破沙锅问到底”

犹太人在与谈判对手打交道时，特别相信“瞎子打灯笼”和“打破沙锅问到底”是非常实用的技巧，这主要是出于犹太人“越谨慎，越受益”的谈判观念。

有这样一则犹太寓言：

有个瞎子打着灯笼在漆黑一团的路上行走。对面来人见他是个瞎子，便问他：“你是个瞎子，干嘛还打灯笼？”

瞎子不慌不忙地回答：“因为我打了灯笼，不瞎的人才能看到我。”

犹太人实在是太聪明了，一个人独自走在一条路上的机会实在是太少了。因为对于瞎子来说，在漆黑的夜晚行走，和白天走路是一样的，自己摔倒的可能性很小，远小于被别人撞倒的可能性。而平时靠眼睛走路的人，一旦走在漆黑的路上，很容易看不清路而将别人撞倒。为此，瞎子亮起了灯笼，以便让每个相遇者都能看清自己，并避免让对方撞倒自己。

这种切换思路的智慧是犹太人从几千年的流散经历中提炼出来的。犹太人作为一个弱小的民族，为了能够保护自己，只有靠“瞎子打灯笼”这种办法让统治者看到自己对他们的价值，从而“利用”自己求得生存。但是，夜行中不乏强取豪夺之徒，他们不满足于瞎子打灯笼所提供的那一段路的灯光，常常抢走灯笼，甚至把瞎子杀掉。然而，犹太人依然以“瞎子打灯笼”方式的执著慢慢往前走，最终找到了自己的家园，足以证明“瞎子打灯笼”所体现出来的睿智。

那么，这则寓言能带给我们什么启发呢？

用在谈判上，启发我们在处理事务时，要多从谈判对手考虑，并主动地关心别人、爱护别人，让别人亮起“灯笼”，只有这样才能赢得谈判对手的友谊。

进一步讲，把“瞎子打灯笼”的方

312 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

式用在商务谈判活动中，则体现为双方都应该尽可能彼此了解。犹太人在尽可能了解对方方面，总是不遗余力的，大有一种“打破沙锅问到底”的气派。

比如：日本人出国旅行时，在导游的陪同下，参观了名胜古迹后，就都满足了。这多半是因为尚未从学生时代的修学旅行的习惯中脱离出来的缘故。也可以说是喜爱幼稚型旅行的表现。

这样，即使到欧美各国去旅行，也一眼分辨不出哪是英国人，哪是法国人，哪是美国人和意大利人。连形象特征都分辨不清，那么要理解该国的国民生活，则更是难上加难。尽管如此，日本人仍然玩得很开心。

正如日本人分不清白皮肤人种一样，白种人要分清谁是日本人，谁是中国人，谁是朝鲜人，也是极其困难的。大部分白种人跟日本人一样，不愿下功夫去辨认。但是，犹太人却不同，他们对名胜古迹兴趣不浓，而对其他人种、其他国民的生活和心理、历史，则表现出超过专家的好奇心，甚至希望了解到这个民族未公开的东西。

犹太人旅游每到一处之前必定下很大功夫去了解该国的历史、地理、风土人情、宗教习惯，乃至旅游中出现的各国人种都要分辨得清清楚楚。犹太民族由于2000多年的流散和惨遭迫害，迫使他们出于自卫的本能而不得不详细地研究各国的民族性，然后才能“对症下药”求得生存。正是这一历史的原因，使他们无形中养成了一种对任何事都感兴趣并“打破沙锅问到底”的精神。

犹太商人不耻下问，不将不熟悉的

问题弄清楚，绝不轻易谈生意。也正是这种认真的精神，才使他们做事谨慎小心，在商战谈判中永立不败之地。

一个犹太人给一位日本朋友打电话，要求借车旅行。这位日本人考虑到这位犹太朋友第一次来日本，对日本很陌生，便热情地说：

“你要到京都一带的名胜古迹去游览，我可以义务陪同。”

“谢谢你的好意，我已有足够的准备。”

犹太人借到车后，便带上地图和导游手册独自旅行去了。

几天以后，那个犹太人满面春风地回来了，把车还给那个日本人，并请日本人一块吃饭。

饭桌上，犹太人仿佛要弥补白损失一顿饭似的，抓紧机会连珠炮似的向日本人提问：

“日本男人外出时不穿和服，为什么回到家中反而穿和服呢？”

“为什么和服的领子是白色的，白色不是最容易脏吗？”

“日本人为什么要用筷子吃饭？用勺子不是更方便吗？筷子是不是日本贫穷祖先的遗物？”

“……”

问！问！问！那个日本人被问得晕头转向，连饭也顾不得吃，但是犹太人不问清楚每一件事，决不罢休。

犹太人从来不耻下问，正是这种“打破沙锅问到底”的精神，才使犹太商人掌握了谈判渊博的知识，成为世界公认的第一商人。

No 90

在利益关头，“面子”算什么 有利就要争

商人都重利，犹太人更重利。他们善于用“变脸术”去争利，从不退让半步。怎么讲？犹太人会慷慨大方到极点，把笑容“赠送”给他人。可是，一旦涉及到金钱时，犹太人会把眼睛擦得雪亮，紧紧地瞧着，你千万不要以为他们的笑能预示商谈的圆满顺利！一旦进入实际的商谈，多半是晴转多云，多云转阴。

* * * * *

在商谈中商定有关价钱问题时，对金钱非常热爱的犹太人，态度是非常认真的。犹太人对每个有关价钱的问题，都会非常认真地考虑。对于利润的一分一厘及契约书的形式等，也相当仔细。在这些问题上，他们没半点含糊，即使谈得满嘴白沫也不罢休，发生激烈的争吵也在所难免。

犹太人有一点是他们所绝对不可容忍的，即敷衍了事，马虎大意。如果双

方意见存在分歧，他们的一贯作风是必须彻底辩论，及时决定方可罢休。这一点与中国人和日本人的习惯做法大相径庭。日本人与中国人的观念很接近，大概是受中国文化的影响，他们为了顾及对方的所谓“面子”，都奉行“马虎主义”。犹太人在探讨问题、辩论是非之时是无“面子”之说的，他们不问对方是何人，对的就是对，错的就是错，丁是丁，卯是卯。有时辩论演变成相互谩骂而纠缠不清。在商谈时的第一天很多时候都是不欢而散的，更不用说商谈出什么圆满的结果。犹太人在争吵后的第二天，一改昨天的态度，依旧笑容可掬地前来晤谈，这一点不能不令你感到惊讶。他们态度转变之快，实在令人叹服。不过，商谈中他们还是以利益为重，始终不会做出丝毫的让步。

犹太人的“变脸术”，是值得我们学习的。他们的理智，足以战胜一切。在利益关头，“面子”算什么，值多少钱？

314 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

因此，为了“面子”，不值得放弃商谈或浪费时间来拖延商谈。为了达到争利益的目的，犹太人善于向对手施加压力，主要有3种方法：

(1) 在进行交易时要不断地保持明显的竞争。

你能得到的选择越多越好——直到某个限度为止。到了某一阶段时，为了向对方施加压力，代替方案越多越好。

(2) 经常地抵抗或反对对方，持续地引起对方的反对和不满。

在不让对方产生敌意的情况下，有人情味地温和地施加压力，同时辅以你个人的关切和鼓励，对方有机会就会慢慢把自己的期待降到最低，应该使对方清楚地看到能得到什么样的回报和补偿，但不允许他们做互相交换的让步。假如对方比较聪明的话，他们可能会这样说：“如果我把这个问题处理得令你满意，那我们就可以达成这笔交易了。”如果你这时点一下头，你就输了。这是对你使用的一种结尾策略。如果他们这样说了，对讨价还价加以总结，列出一份你曾经提出的全部不同意见的清单，并且询问你是否还有别的意见，那么你应该拔腿就走。同样，这也在对你使用结尾策略，这样做可以将你拒于思考新的反对意见的大门之外。你应该怎样对付这种情况呢？可以告诉他们，你们公司里还有一个人，他们应该先和他谈谈这件事。然后他们可能回到谈判桌前。

(3) 削弱对方的地位。

为了达到这个目的，你必须谨慎从事，操纵对方。如果你能占有优势的话，事情就更好办了。

不要害怕向对手施压会触怒对手，因为他也曾压制过你。

注意，向对手施压不要断断续续，像温吞水似的；要连续不断地向对手施压，以达到控制对手、最后赢得谈生意的目的。

除了前面提到的三种办法，我们还有一种新的、有效的办法可以施加压力给对方，那就是，让对方感到出现许多令人惊奇的事物。

人们通常都不太喜欢惊奇的事物，原因是由于它们往往会制造出不信任和恐惧的气氛。它很可能阻塞双方意见的交流。当然，这并不是说谈生意者应该透露秘密，秘密都是重要的，人们所忧虑的是：令人惊奇的事物会使对方感到没有面子，而使对方陷入困难的境地。假如事情演变成这样，我们双方就有麻烦了。话虽如此，许多谈生意者仍认为使对方惊奇的事情，在短时间内它确实有震惊人的力量。在能够抵抗这种震惊以前，你最好先知道可能会遭遇到的各种问题。

①令人惊奇的问题：例如，新要求、新包装、新让步、高明的战略、谈生意地点的改变、对方的坚持、风险的改变以及争论的深度；

②令人惊奇的时间：例如，截止的日期，短短几天的会期，速度的突然改变，惊人的耐心表现，彻夜和星期假日的谈生意；

③令人惊奇的行动：例如，退出谈生意、休会、推拖、放出烟幕、情感上突发的激动、不停地打岔、坚定地报复行动、力量地展现；

④令人惊奇的资料：例如，争论的深度、特殊的规定、新的具有说服力的统计数字、极难回答的问题、别致的回答、传递消费媒介物的改变；

⑤令人惊奇的表现：例如，突发的辱骂、愤怒，对于个人智力和直接的人身攻击；

⑥令人惊奇的权威；

⑦令人惊奇的专家：介绍著名的专

家或顾问；

⑧令人惊奇的人物：例如，买主或卖主的改换、小组中新队员的加入、有人突然不见、高阶层主管的出现、地位高低不同的差别、老板的出现、高大而令人生畏的人、好人与坏人的策略、女性谈生意者、畸形的人、对方缺席以及迟到数小时、愚笨的人等；



⑨令人惊奇的地方：例如，漂亮豪华的办公室、令人不舒服的椅子、没有冷气和暖气的房间、有洞孔的墙壁、嘈杂的地方、大集会场所等。

犹太人认为遇到令人惊奇的事物时，克服惊奇的最好办法是让自己有充分的

时间去想一想。不说话，再暂时休会。谈生意并不是宣战和法庭上的打官司。在没有适当准备之前，最好不要有所行动。懂得施压的诀窍，也要懂得放松的诀窍。

NO 91

莫因小利而失大利 大家都要退让一点

犹太商人精于估算，认为适于短期交易的策略，不见得适合长期发展的需要。谈判中最大的挑战之一，便是维持短期交易和长期目标间的平衡。谈生意对手有可能在你的强压力下，做你希望他做的事，但是，即便对手碍于情势做了这样的让步，他对你的态度也会是敌对的。

只有知道自己的目标何在以及如何达到的人，才是好的谈生意者。好的谈生意者不会为了眼前的小利而做出重大的牺牲，为日后种下失败的苦果。

对于任何谈生意者，理想的气势应是严肃、认真、紧张、活泼。

大幕拉开后，谈生意双方正式亮相，开始彼此间的接触、交流、摸底甚至冲突。当然这也仅仅是开始，它离达成正式协议还有相当漫长的过程。但是在谈生意开始阶段，你首先要做好一项非常重要的工作，那就是建立洽谈的气氛，它对谈生意成败有非常重要的关系。

谈生意气氛是谈生意对手之间的相互态度，它能够影响谈生意人员的心理、情绪和感觉，从而引起相应的反应。倘若你经历过任何一次谈生意，你对那次谈生意的气氛都应该记忆犹新吧？那或许是冷淡的、对立的；或许是松弛的、旷日持久的；或许是积极的、友好的；也有严肃的、平静的；甚至还有大吵大闹的。

你也应当清楚，那种积极友好的气氛对一次谈生意将有多大帮助，它使谈生意者轻松上阵，信心百倍，高兴而来，满意而归。

(1) 给对方一个好的感觉

谈生意正式开始后，双方见面的短暂接触对谈生意气氛的形成具有关键性作用。

① 恰到好处的寒暄

谈谈大家都有兴趣的话题；

点到为止地谈点私人问题；

与对方开个玩笑，如果你们认识的

话。

②人可以貌相

打开你的心灵之窗——眼睛；

适当的手势语可以化繁为简；

全身放松，动作自然得体。

③避免谈生意开头的慌张和混乱

宁肯站着谈生意，因为那样会更轻松、更自由、更灵活；

做好充分的准备，战略上藐视敌人，战术上重视敌人；

凝神、坦然直视对方；

轻快入题。

④调整、确定合适的语素

谈生意中切忌滔滔不绝，那会给人慌慌张张的感觉；

也不可慢条斯理，倒人胃口；

不要让自己无话可说；

在你说的过程中察言观色，捕捉信息。

(2) 诙谐幽默

谈生意气氛形成后，并不是一成不变的。本来轻松和谐的气氛可以因为双方在实质性问题上的争执而突然变得紧张，甚至剑拔弩张，一步就跨入谈生意破裂的边缘。这时双方面临最急迫的问题不是继续争个“鱼死网破”，而是应尽快缓和这种紧张的气氛。此时诙谐幽默无疑是最好的武器。

卡普尔任美国电报电话公司负责人时，在一次董事会上，众位董事对他的领导方式提出质疑和责问，会议充满了紧张的气氛。人们似乎都已无法控制自己的情绪了。

一位女董事发难道：“公司去年的福利你支出了多少？”

“九百万。”

“噢，你疯了，我真受不了！我要发昏了！”

听到如此尖刻的发难，卡普尔轻松地用了一句：“我看那样倒好！”

会场意外地爆发了一阵难得的笑声，连那位女董事也忍俊不禁。紧张的气氛随之缓和下来了。

(3) 预期理由引诱法

某机器销售商对其买主说：“贵方是我公司的老客户了，因此，对于贵方的利益，我们理当给予优惠照顾。现在我们已获悉，在年底之前，我公司经营的这类设备要涨价。为了不使老朋友在价格上遭受不必要的损失，我方建议：假如你方打算订购这批货，要求在半年到一年内交货，就可以趁目前价格尚未上涨之时，在订货合同上将价格条款确定下来，那么这份合同就有价值保值的作用，不知贵方意下如何？”

如果此时该产品市价确实有可能上涨，那么这番话就很有诱惑力，对方绝对倾耳细听，并做短暂考虑。

见到买主犹豫不决，这位销售商又补充道，如若此事早日定下来，对于卖方妥善安排投产、确保准时交货是有利的。

买主仍有些踌躇不定。“我们可以随时撤销合同，当然必须提前三个月通知我方以便对供货另做安排。”销售商又加上一道保险。

此时买主还能说些什么呢？赶紧同意签订合同了。

(4) 投其所好的引诱法

美国谈生意专家荷伯·科恩在其《人

318 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

生与谈生意》一书中追忆了他在几年前初次与犹太商人谈生意时，因缺乏经验被对方击败的情形：

荷伯先生的上司决定派他到以色列去谈笔生意。“我太高兴了，曾兴奋地对自己说：‘这可是展现自己才华的一次好机会。命运在召唤我，我要扫清犹太人，然后向国际进军。’

“一周之后，我乘上去以色列的飞机，参加为期 14 天的谈判。我带了所有关于犹太人精神和心理的书籍，一直对自己说：‘我一定干好。’

“飞机在以色列着陆了，我小跑步到达舷梯。下面两个以色列人迎接我，向我客气地躬身行礼，我喜欢这个。

“两个以色列人帮我通过海关，然后陪同我坐上一辆大型豪华卧车。我舒服地倚在绵绒座背上，他们则笔直地坐在两张折叠椅上。我大大咧咧地说：‘你们为什么不跟我一样，后面有的是地方。’

“‘噢，您是重要人物，显然您需要休息。’我又喜欢这个。

“在行驶途中，其中一位主人问道：‘请问您懂日语吗？’

“‘不懂，不过我打算学几句，我还带来了字典。’

“他的同伴又问我：‘您是否关心您返回去的乘机时间？我可以安排车子去送您。’

“我心里想，多能体谅人呀。

“我从口袋里掏出返程机票给他们看，好让他们知道什么时候送我回机场。当时我并不知道他们就此知道了我的截止期，而我却不知道他们的截止期。

“以后的日子，他们没有立即开始谈生意，而是先让我领略了一下犹太人的文化。我的旅游花了整整一周时间。

“每当我要求谈生意时，他们就说：‘有的是时间，有的是时间。’每晚有四个小时，他们让我坐在硬木板铺上进行晚餐和欣赏文艺。你能想到在硬木板上蹭这么久是什么滋味。如果你没蹭出痔疮的话，你是永远也找不到他们的。而当我要求谈生意时，他们就说：‘有的是时间。’

“到了第 12 天，谈生意总算开始了，但又提前结束了，以便打高尔夫球。第 13 天又开始了，又提前结束，因为要举行告别宴会。最后一天，我们恢复了认真的谈生意。正当我们深入到问题的核心时，卧车开来接我去机场。我们全部挤入车里，继续谈生意。”

荷伯·科恩以惨败而告终。由于犹太商人知道了他谈生意的截止时间，先搞公共关系，投其所好，而把正式谈生意只压缩到一天时间，给他造成很大的时间压力，他为完成上司的任务而不得草草签订协议。

NO 92

不同意的就不要勉强 敢于说“不”字

犹太商人认为说“不”是一项权利，放弃说“不”等于放弃了应有的权利。说“不”需要勇气，但更需要技巧。

语言是谈生意的杀手，无论“是”与“不”都表明谈生意者的态度和立场。说“不”，就是明确地表示拒绝。

(1) 说“不”是一项权利

一般地说，在生活当中，拒绝一个人需要勇气，因为拒绝会使对方感到难堪，没有面子，尤其是硬邦邦地说“不”，更是令人无地自容。所以，很少有人说“不”，即使非拒绝不可，也要语气委婉，七拐八折，直来直去的“不”不到关键时候绝不轻易说出来。

* * * * *

因此，有人在谈生意中也照搬这一套，不肯轻易对对手说“不”，怕伤了双方的感情，也怕使谈生意谈崩。尤其对那些急于从谈生意中获得一点什么的谈

生意者来说，说“是”都来不及，哪里有说“不”的勇气！但是这样小心翼翼的结果，往往是谈生意失败。因为谈生意对手一旦发觉你不敢说“不”，就会马上勇气百倍，信心十足，此消彼长，得寸进尺，想不赢都不可能。

可以说，上述这些失败的谈生意者都忽视了这样一个基本的谈生意准则：说“不”是谈生意当中的一项权利，对谁都一样！

记住，要想在谈生意桌上赢得利益的筹码，就绝对不要放弃说“不”的权利！

一个谈生意专家说过：“谈生意是满足双方参与彼此需要的合作而利己的过程。在这个过程中，由于每个人的需要不同，因而会呈现出不同的行为表现。虽然，我们每个人都希望双方能在谈生意桌上默契配合，你一言，我一语，顺利结束谈生意，但是谈生意中毕竟是双方利益冲突居多，彼此不满意的情况时

320 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

有发生，因此，对于对方提出的不合理条件，就要拒绝它。”

但是，谈生意中的拒绝并不是一个简单的“不”字所解决得了的。你首先要考虑到如何拒绝方能不影响谈生意的顺利进行。

此外，在谈生意中知道如何说“不”，知道何时说“不”，将还会对你在谈生意中所处的地位起到调整作用。比如，如果你善于运用此道，就能给对方一种深不可测的感觉，从而对你望而生“畏”，使你在谈生意桌上占尽“地利”。

* * * * *

犹太商人是最善于在谈生意桌上说“不”的，因为他们深知，说“不”是一件无坚不摧的利器。作为一衣带水的近邻，我们应从下面例子中学到些什么。比如：什么时候说“不”？如何说“不”？怎样用说“不”获得主动？

三名犹太商人，跟来自美国的一家公司的一些世故的经理进行谈生意。

美方代表的表现是压倒性的，他们有备而来，气势汹汹，在谈生意一开始，就借用图表、电脑图象和种种数字的帮助，证明其价格的合理性。他们光念完所有的资料就花了两个半小时。而在这个时间里，三名犹太商人一句也不反驳，默默听着。

美方代表终于说完了，他们呼出一口气，靠在软软的座椅上，以谈生意结束的那种语气问犹太商人：“你们认为怎么样？”

其中一位犹太商人彬彬有礼地浅笑

了一下，说道：“我们不明白。”

“什么？”美方代表惊诧地问道：“你们是什么意思？你们不明白什么？”

另一位犹太商人又彬彬有礼地答道：“全部事情。”

锐气大挫的美方代表差点犯了心脏病。“从什么时候开始？”他还是勉强挤出这几个字。

第三位犹太商人还是那么彬彬有礼，“从谈生意开始的时候。”

美方代表无奈地苦笑着，但又能怎么样呢？他泄了气地靠在椅背上，打开昂贵的领带结，无精打采地又问道：“好吧，你要我们怎么样？”

三位犹太商人同时彬彬有礼地答道：“您再重复一遍吧。”

现在日方反过来处在主动的地位了，美方起初的那股勇气早已烟消云散了，谁能再一字不漏地重复那堆长达两个半小时的材料呢？于是美方的开价开始下跌，而且愈来愈不利。日本人不仅在经济管理上还是谈生意桌上均是高手。

(2) 要有勇气说“不”

说“不”是需要勇气的，尤其是在针锋相对、寸步不让的生意桌上；就像士兵上战场一样，没有牺牲的勇气就不要上！

为什么大多数人都没有勇气说“不”，拒绝别人呢？个中道理颇令人玩味。

每个人都希望自己受人欢迎。实验证明，握有权势能够影响他人者，都希望受其影响者喜欢他们。换言之，他们希望别人在听命行事的同时，对他们表示爱意。

如果一个人希望被人喜爱的需求非常强烈，他还能成为一个好的谈生意者吗？我认为，不行。因为，谈生意本来就涉及不同的利益关系，所以身为谈生意者，必须要有勇气做出一些惹人生厌的事。

当然，这并不是说谈生意者一定要具备好战精神。过于好战和希望受人喜爱一样糟糕。在谈生意过程中，买卖双方不但要互相竞争，也需要彼此合作。过于好战的人不懂得怎样与人合作；希望受人喜爱的人则尽可能逃避竞争，因为他们不知道怎样开口拒绝他人。

当我们想拒绝别人时，心里总是想：“不，不行，不能这样做，不能答应！”等等，可是，嘴上却不敢明说，只能含糊不清地说：“这个……好吧……可是……”

当然这种口不应心的做法，一方面是想怕得罪人，另一方面，过于直率地拒绝每一个问题也不利于待人接物。

但是，要知道，在谈生意中有勇气说“不”其实是一招以退为进的妙招。

* * * * *

盖克先生在一次向保险公司索赔的谈生意中充分运用了这一妙招。

理赔员：“盖克先生，我知道，像您这样的人是处理大数额的，恐怕我这里没有大数额，我的出价只有100元。”

盖克先生沉吟了一会儿没说话，但是脸上的血色全没了。他也没有说“不”，只是哼了声。

理赔员嘟哝道，“对不起，好吧，忘掉我刚才的话吧，再多点，200元吧。”

盖克先生说道，“再多点，根本没有多多少。”

理赔员接着说：“那么好吧，300元怎么样？”

我们的谈生意家稍微顿了一会儿，“300元，唉，我不知道。”

理赔员咽了口唾沫：“好吧，400元。”

“400元，唉，我不知道。”

“好吧，500元。”

“500元，唉，我不知道。”

“好吧，600元。”

盖克先生一直是那句“唉，我不知道”。

索赔额最后的签订是950元，而在谈生意之前，盖克先生的代理人只是要求得到350元。

要像盖克先生这样赢得谈生意的主动并不难，只需多一点点勇气。

(3) 要在最适当的时候说“不”

不要在不适当的时候说“不”。反过来的意思是：要选择最适当的时机说“不”。时机选择得不好，不但达不到说“不”的效果，有时甚至会带来反作用，比如使对手恼羞成怒，拂袖而去放弃谈生意，这就得不偿失了。

敢于说“不”，并不是鼓励每一个谈生意者必须好战，事事与对方争论。实际上，在谈生意中过于争强好胜只会破坏双方的合作。因此，在谈生意中，你可以说“不”，但必须有讲究。

一位律师曾经帮助一名房地产商人进行出租大楼的谈判，由于他知道在何时说“不”，以及怎样恰当地说“不”，从而取得了不俗的效果。

322 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经



当时有两家实力雄厚的大公司对此表示出了浓厚的兴趣，两家公司都希望将公司迁到地理位置较好、内外装修豪华的地方。

律师思索一番后，先给 A 公司的经理打电话说：“经理先生，我的委托人经过考虑之后，决定不做这次租赁生意了，希望我们下次合作愉快。”然后，他给 B 公司的老板打了同样的电话。

当天下午，两家公司的老板就同时来到房地产公司，一番讨价还价之后，A、B 两家公司以原准备租用 8 层的价码分别租用了 4 层。很显然，房地产公司的净收入增加了一倍，相应的，律师的报酬就增加了一倍。

不要在不适当的时候说“不”；时机

不当，沉默为金。

(4) 要善于说“不”

不要没有任何技巧地对人说“不”。说“不”也需要技巧，这不奇怪，做任何事都需要技巧，善于运用技巧往往事半功倍，反之则事倍功半。

一家汽车公司的销售主管一次在跟一个大买主谈生意，突然这位主顾要求看该汽车公司的成本分析数字，但这些数据是公司的绝密资料，是不能给外人看的。但如果不给这位客人看，势必会影响两家和气，甚至会失掉这位大买主。

这位销售主管并没有说“不，这不可能”之类的话。

他的话中婉转地说出了“不”：

“对不起，连我也无法得到这些数字

呀！”

“公司是不容许这样做的，否则我会丢掉饭碗的。”

“这个……好吧，下次有机会我给你带来吧。”

“公司还未做过此类分析，倘若要做的话，恐怕得一阵子。”

不论他的话是上述哪一种，知趣的买主听过后是不会再来纠缠他了。

此外，委婉地拒绝，巧妙地说

“不”，还有以下几种建设性的做法：

用沉默表示“不”；用拖延表示“不”；用推脱表示“不”；用回避表示“不”；用反诘表示“不”；用客气表示“不”；运用那气韵味十足的“无可奉告”；“太知道，你不知道”；“事实会告诉你的”；……

总之，犹太商人认为，说“不”并不是简单地说“不”了事，要善于说“不”，才能更快、更好地达成目的。

No 93

敢于放手搏一把 该冒险就冒险

犹太商人以为，在谈生意时，你必须自愿冒冒风险。冒险是勇敢与常识的结合。如果不敢放大胆子、瞅中机会，你的对手就会抓住你的小辫子，给你致命一击。

聪明的冒险包含着了解可能性和情愿一笑了之地去承受自己能够承受得起的损失而不抱怨。显然，挫败的命运是你为了任何前进而必须支付的代价。

在这里，敢于冒险是要跟干蠢事区分开的。而且这也不是异想天开去瞎碰运气。

犹太商人科克对谈生意中的冒险原则分析得非常透彻，认识得也非常清楚。他为我们讲了这样的故事：

在最近参加的一次研讨会上，史密斯先生在闲聊中提到他新近打算买一套漂亮的房子，幸运的是他已看中了一处。

史密斯说：“是这样的，卖主要十五万美元，我准备付十三万，你看我怎样才能少付那两万块钱呢？请给我介绍点

谈生意诀窍吧。”

我问他：“如果你不买这所梦寐以求的房子又有何妨呢？”

他答道：“那可不行，我想那样一来我的妻子就会自杀，我的孩子也会离家出走！”

我嘟哝道：“嗯……告诉我，你对你的妻子儿女好不好？”

他答道：“啊，科克，我很爱他们。为了他们我什么事都干。我现在必须使房子的要价降低。”

最后，史密斯为梦寐以求的房子还是花了十五万，就他那种迫不及待的态度而论，他没付十六万已经够幸运的了。那所房子对他那么重要，他是不会冒险失去的。由于他太心切了，所以他不敢说任何冒险的话（如：“也许还有我喜欢的其他房子吧。”）。而这类话就会使卖主降低要价。

应记住：当你感到务必要得到某个东西时，你就永远得付出高价，因为你

把自己置于一个对方容易驾驭的地步。

还是科克，他对冒险原则的分析是这样的，他通过一次小游戏来说明这一问题：

在一次谈生意研讨会上，帕特站在一伙人面前，手里握着一枚普通的硬币，对那伙人说：“我们来玩一个传统的掷币赌博游戏，我把硬币掷下，如果你叫正面或反面叫对了，我给你一百万美元，如果叫错了，你给我十万美元。假定这是一场合法的打赌，那么这屋里有多少人敢贸然一试？”

当然没有人会举手参加。帕特把硬币装起来，接着评论道：“让我们分析一下，当我提出打赌时，你们脑子里在想什么？你们在想：‘这家伙在输赢各半的可能情况下给我下了十比一的赌注，他可能就懂谈生意，对其他则一无所知。’”

听话的人大多表示同意帕特的评论。帕特继续说：“你们考虑到赢了吗？你们是否在心里合计过将来用一百万元买什么东西？不会的。你们考虑的是输，你们在想：‘我怎样去搞十万美元？我手头正紧，还等着发薪呢！’”

许多人不自然地笑了。帕特继续道：“我猜想你们有的人散会后回到家里，妻子向你们问好，并说：‘有什么新闻吗？’你会答道：‘有一个家伙拿出一枚硬币要赌钱。哎，对了，我们没钱了吗？’”

在场的人没有跟帕特赌钱是英明的。就钱财而言，对任何人的风险程度均正比于他拥有的财产。如果有一个亿万富翁在场，他就会毫不犹豫地跟帕特打赌。因为有了钱就会使人找到有利的机会，因为纵然有危险也是轻微的，不过牛身上拔一根毛而已，万一输了，也只是耸耸肩，叹口气：“怎么搞的！”

如果帕特把赌注降低，从一百万对十万降到一百元对十元，达到较易负担的程度，在场的人这时都可能打赌了，因为这时冒险的损失超不过他们财产的收益。

最后，通过科克的分析，我们总结出以下几条供谈生意者运用冒险原则时参考：

(1) 我们鼓励你冒险是要你冒那种乐意的或适度的险，而不是要你去赌博；

(2) 冒险前要认真考虑可能性，确定可能的好处是否值得去冒可能的危险。

(3) 要理智，不要独断，永远不要出于骄傲逞能、盲目急躁或异想天开地去冒险；

(4) 当冒险的赌注实在很高时，应平分或联合承担风险；

(5) 让别人参加进冒险活动，你也就扩大了自己的活动范围，增强了你的“持久力”。

NO 94

给对手来一个措手不及 攻其不备，出其不意

在谈生意中，有些谈生意者支出架子准备进行艰难的拉锯战，而且他们也完全抛开了谈生意的截止期。此时，犹太商人主张最佳防守兼进攻策略就是出其不意，提出时间限制。这一策略的主要内容是，在生意桌上给对方一个突然袭击，改变态度，使对手在毫无准备且无法预料的形势下不知所措。对方本来认为时间挺宽裕，但突然听到一个要终止谈生意的最后期限，而这个谈生意成功与否又与自己关系重大，不可能不感到手足无措。由于他们很可能在资料、条件、精力、思想、时间上都没有充分准备，在经济利益和时间限制的双重驱动下，会不得不屈服，在协议上签字。

美国汽车巨子亚科卡在接受濒临倒闭的克莱斯勒公司后，觉得第一步必须先压低工人工资。他首先降低了高级职员工资的 10%，自己也从年薪 36 万美元减为 10 万美元。随后他对工会领导人讲：“17 元一小时的活是有的，20 元一小

时的活一件也没有。”

这种强制威吓且毫无策略的话语当然不会奏效，工会当即拒绝了他的要求。双方僵持了一年，始终没有进展。后来亚科卡心生一计，一日他突然对工会代表们说：“你们这种间断的罢工，使公司无法正常运转。我已跟劳工输出中心通过电话，如果明天上午 8 点你们还不开工的话，将会有一批人顶替你们的工作。”

* * * * *

工会谈生意代表一下懵了，他们本想通过再次谈生意，从而在工薪问题上取得新的进展，因此他们也只在这方面做了资料和思想上的准备。没曾料到，亚科卡竟会来这么一招！被解聘，意味着他们将失业，这可不是闹着玩的。工会经过短暂的讨论之后，基本上完全接受了亚科卡的要求。

亚科卡经过一年旷日持久的拖延战

都未打赢工会，而出其不意这一招竟然奏效了，而且解决得干净利落。

出其不意，提出时间限制这一策略讲究一个“奇”字，它并非一个无往不胜的利器，一旦被对方预料到最坏后果，并做出准备，最后通牒的威力便发挥不出来了。

这里有一个反例：美国通用电器公

司与工会的谈生意中采用“提出时间限制”的谈生意技术长达 20 年。这家大公司在谈生意开始的时候，使用这一方法屡屡奏效。但到 1969 年，电气工人的挫败感终于爆发。他们料到谈生意的最后肯定又是故伎重演，提出时间限制相要挟，在做了应变准备之后，他们放弃了妥协，促成了一场超越经济利益的罢工。



(1) 出其不意，提出最后期限，要求谈生意者必须语气坚定，不容通融。

运用此道，在谈生意中首先要语气舒缓，不露声色，在提出最后通牒时要

语气坚定，不可使用模棱两可的话语，使对方存有希望，以致不愿签约。因为谈生意者一旦对未来存有希望，想象将来可能会给自己带来更大的利益时，就

328 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

不肯最后签约。故而，坚定有力、不容通融的语气会替他们下定最后的决心。

(2) 提出时间限制时，时间一定要明确、具体。

在关键时刻，不可说：“明天上午”或“后天下午”之类的话，而应是“明天上午8点钟”或“后天晚上9点钟”更具体的时间。这样的话会使对方有一种时间逼近的感觉，使之没有心存侥幸的余地。

试比较一下这两种最后通牒的效果：

“我们不能继续讨论下去了。你们知道我们的条件，要不能按照此条约协定的话，我们只好另考虑办法了。”

“我们必须今天做出决定。20点以前贵方应慎重考虑一下我们的条件，否则我们将同其他公司成交。”

显然，后一种说法语气坚定且时间紧迫，使对方几乎没有喘息的机会。

(3) 用具体行动协助你所提出的最后期限。

用具体行动来印证你所提出的最后期限，势必会使对方更加确信无疑。具体做法如：

收拾行装；

与旅馆结算；

预订车船机票；

购买土特产等。

(4) 由谈生意队伍中的领导发出最后通牒将更具威力。一般人认为，人的级别越高，讲出的话越有分量。

当然，使用出其不意这一策略必须掌握语言分寸，不言过其实，要始终把自己摆在一个坚定而又温和的谈生意务实主义者的地位，这就要求：

①抓住对方成交心理，使其产生心理压力；

②不要贪得无厌，应做到适当的让步；

③坚持用客观条件说服对方，使其心悦诚服；

④不要趾高气扬，以势压人。

NO 95

及时点住对方的穴位 抓住时机，趁势而动

犹太商人主张切记不要在不适当的时候谈生意，而要选择最好的谈生意时机！

实际上，有很多生意谈判之所以失败，并不是因为它们不好，也不是因为执行得不好，而是执行的人选择时机不当。

选择时机在谈生意中的重要性比其他任何的因素都重要，它的作用贯穿于整个谈生意过程：我们应该何时与对方谈生意？我们在什么时候向对方提出这个要求才合适？在这个阶段向对方施加压力合适吗？谈生意到了现在我们是否可以结束了？谈生意的每一进程都要在良好的时机下推进，时机把握不得当，你可能还没开始与对方谈生意就已遭到失败；也许本来你很快就可以与对方达成协议了，但因为你没有把握住时机，你不得不再继续同他讨价还价，由此你的利益又受到了损失……所以，时机有可能帮助你赢得谈生意，也可能让你把整个谈生意搞得很糟，一切就看你如何把握了。

许多谈生意者取消表面上对他非常

有利的谈生意交易，其原因仅仅是他们选择的时机不当。如果有人对一项规划或一笔交易表示反对，这并不一定是因为他不喜欢这个规划或这笔交易，很可能只不过是因你所不知道的经济原因或其他内部原因，对于那个特定的人、那种特定的环境和那个特定的时间而言，那样的主意行不通而已。

不过，如果你相信一项主意，并且相信这项主意对某位特定顾客应该是有意义的，那你就去访问他，告诉他你的主意。但要花一个比较有利的时间提出来，你会因此取得成效。

当你把谈生意工作中的一切有关时机选择和难以捉摸的事情结合在一起时，正确的或恰当的时机选择，也许就只需要靠你打个电话去试试看的。

几乎任何一项交易，不论是一笔简单的买卖或是一系列历时多年的复杂行为，都会发出它特有的感觉信号，任何人都可摄取。

330 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

虽然在谈生意过程中你可以控制时机，但你应当从对方那里得到行动的提示。显然，要达到这个目的，你应该做的是倾听而非说话，而且要真正听取对方告诉你的话，并且善于理解它。其实这一点，我们曾多次提到并强调。只要你的问题提得恰当，你可以获得许多有关时机选择的线索。例如：对方公司出于预算或其他方面的考虑，一年内的某些时间比较能够做出购买的决定。这一类信息常常通过询问就可以得到。

犹太商人认为要想在谈生意中选择最好的时机出手，必须切记以下三条基本的原则：

(1) 别轻易脱口而出

对于任何一项提议，应当先花时间去考虑一下，看看当时的形势是否需要某种时机的选择，或者你是否可以利用时机的选择得到好处。在没有考虑清楚时，不要轻易地给什么答复。

任何次谈生意，它的实际情况——性质、复杂性以及在进行中所获知的某些信息，都能帮助你了解什么是时机，这个信息，要与常识一起应用。

假如你对你的对手一无所知，那么，进行一笔交易的谈判所要花的时间，显然会长一些。

如果对方被你一开始所做的那段介绍词所打动，那你在再次介绍之前，最好同他交换一些意见。如果你知道对方接受交易的过程需要历时数月，就不要试图在几个星期之后迫使他做出承诺。

(2) 别失去耐心

我们常常受着要求立刻得到满足这一欲望的驱使，公司的环境似乎更加强

调了这种冲动。接着干下一件事吧，这会减少一件令人烦心的事，这也会令你在这件事上失去耐心。

然而，实际上即使我们能使别人照我们的意思行事，也难以做到让他们照我们的进度行事。人和事物总是按照他们自己的节拍运动，几乎从来不会照我们的时间表来行事。所以，我们劝告谈生意者，延缓追求瞬间能力，调整你自己的时间表以配合别人的时间表。

对于谈生意者而言，有关时机选择的各个方面，实在没有比耐心更为重要的东西了。坚持不懈，正如通常所理解的那样，谈生意的数字游戏在于你向对方提出了多少个要求，又多少次耐心地向他们重复要求。耐心和坚持不懈是你谈生意的基本信条。

(3) 不要懈怠

在得到对方承诺时，谈生意的时机与何时应说什么话、做什么事同样重要。你有你的头脑为你做这项工作，它通过感官直觉计算出通过分析思维不可能得到的答案，时机的选择就是把这些感官直觉转换为有意识的行动或有意识的静默。

如果你把这份时间表想象为一笔交易的“全部时间”，或者想象为独立于该项谈生意之外，上述的转换过程就不费力了。大多数交易似乎都有一个秘密的期限，它总是按照一种预定的程序和进度进行的。

一次谈生意需要花费的时间，可以是几小时，也可以是几天、几月甚至几年。每一个阶段的时机选择——什么时候和延续多久——通常是显而易见的，正确的时机选择就是依计行事，该做什

么就做什么，该怎么做就怎么做。

有些人在了解谈生意的必需程序后，就想寻找捷径。因为急于成交，他们总想压缩时间，或删掉某些程序，他们看见了适当的时机选择的标记却置若罔闻，没有对形势做适当的诱导，他们必然会给谈生意写下不愉快的结局。

该出手时就出手——因为已到了出手的最佳时机；同样，该谈生意时就谈生意。

最好的谈生意时机找到了，接下来的问题是，应如何用好它，利用它摧垮对手，在最后签定的谈生意协议上获得最大的利益。

切记不要把最好的时机弃之一旁，让它无用武之地！

要在谈生意过程中选择适当的时机并不是一件容易的事，其实，每天都有许多意想不到的时机出现在你面前，你并不一定要成为能预知这些良机的先知，但你却必须敏感地对这些良机的重要性做出及时反应，引导事情朝着对你有利的方向发展，也就是说，你要会利用时机。

那么，应该如何利用谈生意的最好时机做好事呢？

①利用别人愉快的时机。延长、续订或重新签订合同时，千万不要在这份合同即将满期的时候去做，就如同要与对方达成于己优惠的交易要趁对方高兴时一样，你应该选择对方愉快时去延长或者续订合同。如果对方得到某个好消息，即使它与你无关，但这就为你提供了一个良好的时机，这时去向他提要求，大多会畅通无阻，当然，你的要求不能过分。

②利用别人倒霉的时机。别人倒霉或不幸的时机，能为你创造各种各样的机会，正如你应该趁当事人最愉快的时候来续订合同一样，你就应该在这个可能成为买主的人对你的竞争对手最感不满时跟他达成一份合同。

③你最好的交易对象是刚上任或快下台的人。新上任的人急于干些事，使自己出名，而他通常又被赋予充分的行动自由；即将离任的人，因为自己将不再为这样一些头痛的事四方奔走，也不再斤斤计较。

④运用非常时机的时机选择。在非上班时间、深夜或周末期间打电话，往往会有较大的效果。你一定要这样开头：“这件事太重要了，所以，我要在周末告诉你。”

⑤花点时间来缓和一项威胁。时机的选择可以用来缓和做出决定的要求。我们可能迫使对方给出一个答复，而又不做得使人听起来像是“要么接受，要么放弃，不许讨价还价”。

⑥利用忙人的注意力。比较繁忙的人的注意力持续的时间短促，所以你必须直截了当，你得当作是到他那里是听他说话的。你应该少说几句，否则你只会引起别人的恼怒或心不在焉。

⑦分清事情的轻重缓急。如果你要讨论的问题不止一个，或者你要使对方接受的主意和项目不止一个，那就一定要为其中最重要的一个留下充分的时间。千万不要把自己置于不得不问“我能再占用几分钟吗？我的主要意见还没有提出来”的境地。

时机有了，却不会利用，仍然不懂得如何谈生意！这是犹太商人的忠告。

NO 96

请勿争先恐后 自己别先抢着报价

犹太商人认为，凡事都有先有后，不是你先，就是他先。谈生意中的报价也一样。到底是先好，还是后好，有人说先下手为强，也有人说以逸待劳。不过在谈生意当中，有一个原则是最好别抢先报价，除非对方比你更精于此道。

谈生意的信号中最强有力的信号是第一次发价的高低，各方对另一方提出的开局要求开始建立了双方的预期值。第一个要求设立了交易的一个外边界。

* * * * *

第一个要求应该由你来提，还是让他先提呢？对开局的人来说，优点是他可以坚持自己的上界值。一旦这一上界值摆到桌上来，另一方要想不丢掉生意就很难把这一要求动得太多，这实际上为谈生意规定了一个框框，最终协议将在此范围内达成；而且第一个报价在整个谈生意与磋商过程中都会持续起作用，

故先报价比后报价影响要大得多。不过，先开局也有危险，这就是：很有可能我们要求得不够高，这就丢掉了一大批东西；反之，也可能开始的要求高得有些荒唐，对方根本不可能达到。

先报价的另一个不利之处，是对方会试图在磋商过程中迫使犹太商人按照他们的路子谈下去。也就是说，他们会集中力量对我们的报价发起进攻，逼犹太商人一步一步地降价，而不泄露他们究竟打算出多高的价，这是我们必须坚决拒绝的，犹太商人必须让他们报价、还价，绝不能使谈生意转变为一场围绕我方报价的攻击战。

那么，犹太商人应当采取什么方式报价呢？究竟是先报价呢还是后报价？总的来说，如果犹太商人预计到谈生意一定会竞争得十分激烈，那么，犹太商人就应当先报价以争得更大的影响；而如果犹太商人是按照惯常的例行程序进行谈生意，那么，在报价阶段之前，就

应当充分了解谈生意的某种特点了。但谁先报价的问题在许多合作型谈生意里更加难以回答。的确，在合作气氛比较浓的场合，双方往往无须经历任何艰苦的报价和磋商阶段就能摸索着逐步前进，并达成理想的协议。

应当把开局的形势主要看作是对对方的考验。当讨价还价者相当肯定对方不太相信自己的地位时，比方说，他过去不常订这种合同，他对它值多少没有什么概念，那么，讨价还价者提出第一个要求并偏高一些是有好处的。理想地说，这一要求应高于“最好的交易”的界线，但应以这样一种方式浮动，即使它不形成一种正式的要求。例如，不断谈论与另外一个公司签订的类似的大合同，并经常以此作为第三方的例子，是个好办法；或者只是把这当成一种假设的情况，“只是要看看能把我们带到哪里去”，也是一种方法。假如对方极力反对，讨价还价者可以降低一些要求，不要让对方失去对我方的信任，要是对方集中围绕着这一高要求进行对话，这就是一个好的信号。当你确信对方准确地知道你要干什么的时候，仍然应该宣扬自己的大胃口的交易，但应让对方首先提出一个发价。而且，你当场要立即做出反应，这非常重要。你应该表示出某种形式的“惊愕”，或者假装没听到和忽略了这个论点。最好的反应是什么也不说，只是思索，这样对方会立刻感到有一种压力。讨价还价者越默默无言，对方将越是逐渐降低他的要求。这时，讨价还价者就能看到对方的要求在多大程度是真实的，而在多大程度上是假动作

的。

犹太商人知道，关于讨价还价的第一大准则是：如果你不是非要坐下来讨价还价不可，就不要坐到谈生意桌前来。在价格要求的讨价还价方面，我们仍然应坚持这一准则。所以，提出价格问题时，语气要坚定不移，就好像没有任何商量余地一样。如果你用“大约”、“据说”、“大致”这样一些词对方就会把这作为你的信号，认为这意味着你还可以再向下退步。所以，你的开盘报价或向对方提出的要求要坚决而果断，没有保留，毫不犹豫，这样才会给人留下我方是诚实而认真的谈生意伙伴的印象。比如，在宣读报价表的时候，拿出一张纸把数字写下来，并让对方看见，这样就能使报价更加明确无误。

* * * * *

不管怎样，在大多数的讨价还价场合，一方总会向对方提出自己的要求的，而双方也必然会对提议要求的条款进行检查，以期获得更多的信息。在你向对方提议或提出你的要求和所要价格时，你不必要为你的要求或提议做任何解释说明，因为对方肯定会提出问题的。如果在对方提问之前，犹太商人主动加以说明，往往会使对方意识到你最关心的问题是什么，这些问题也许他们过去从来没有考虑过。

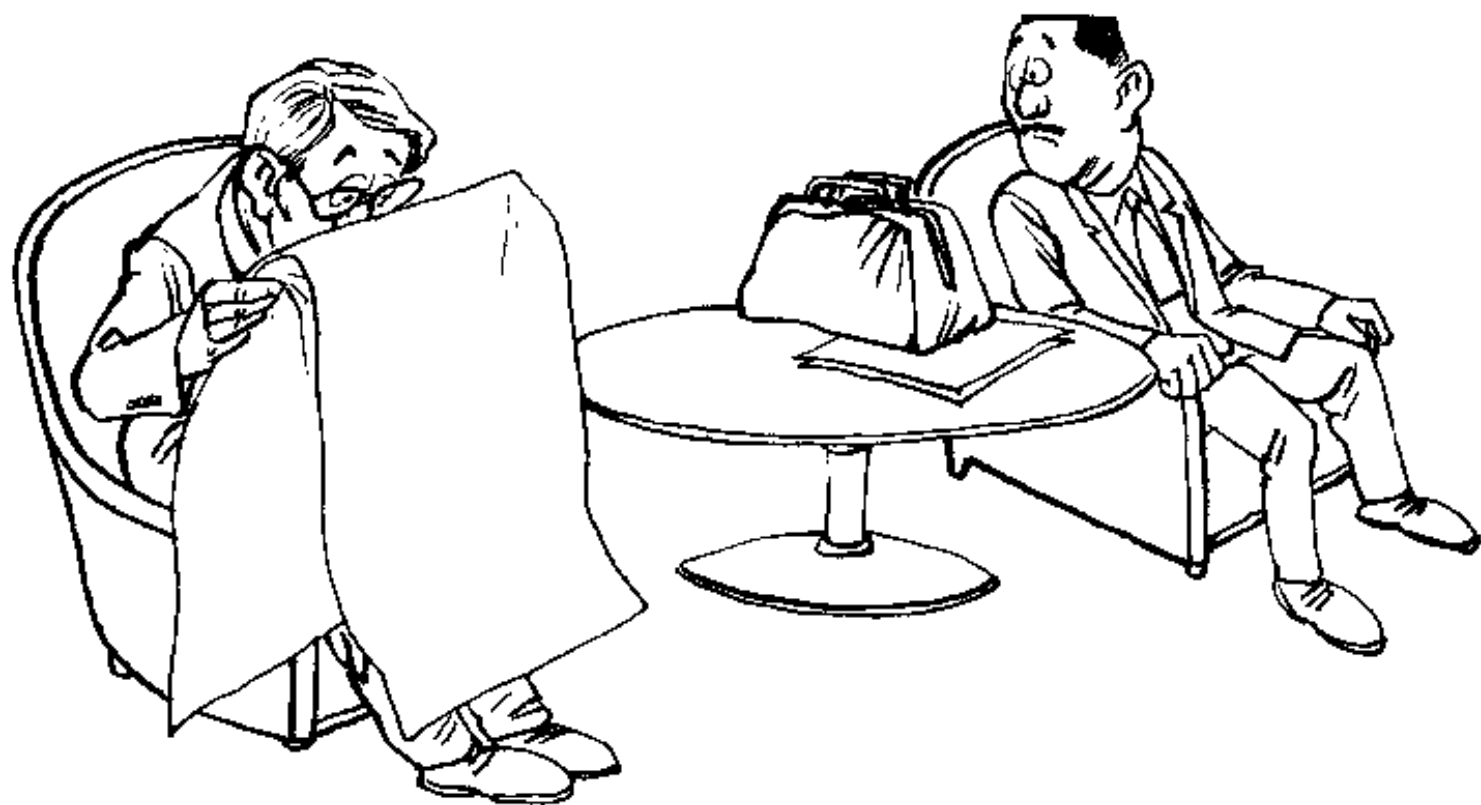
请特别注意，切切不要准备一份带有详细论证的长篇陈述交给对方，这样做，你会在30秒钟之内失掉对方对你的注意力。之所以绝对不可如此，其原因

334 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

有多种：你给出的信息量太大了，对方不可能在其思想中一下子消化掉这么多材料；你没有把这些材料弄得符合于对方的需要；你不容许对方有所反应；你不可能确保你会使对方同意你的建议；你提出的建议就像押宝一样。

你的要求确实保证使你的主要利益看上去是与对方的某个问题有关系的。记住你的目标是影响对方行为，而且是要使对方按照有利于你的方式去行动。为此，对方必须要对你和你的要求有一

种正确的态度，为了形成这种正确的态度，他们必须能够澄清他们正在试图解决的问题。任何时候都要抓住中心问题，使用提问的方法来试探对方是否已经理解了你的发言，使用提问的方法来明确对方的保证，使用提问的方法使自己能确知对方与你讨论的议题是一致的。如果他与你不一致，则要返回到这个议题上来，如果你一再敲打这个议题，那么对方通常会自己找到答案，并且这极可能是你最初希望对方提出的答案。



犹太商人认为不要长篇大论地描述你的要求，要让你的建议的内容非常简练和容易记忆。如果你能挑选出一个画

龙点睛的短句并将它写成容易记住的形式，那么，这一句就可以顶得住整个任务的千言万语了。

NO 97

与利益无关的都不管 放弃立场的争执

犹太商人认为，生活中，有人执着于原则，凡是违背原则的事都不干；谈生意中，同样也有人执着于立场，凡是有悖立场的事绝不松口——这个“立场”，就相当于生活中的原则。

但谈生意与生活有所不同：对那些在生活中坚持原则的人，我们赞赏；然而在谈生意中，如果双方都执着于自己的立场，双方的立场又截然不同——那么，谈生意不可能有什么结果，只能双方一拍而散。

谈生意者在立场上发生争执时，会使自己陷入该立场中。你越澄清你的立场，就越抵抗别人对该立场的攻击，你越会抱住它不放；你越是设法让别人相信你不会改变立场，你实际上就越难做到不改变。你的“自我”变得与你的立场混为一体。你有了“保住面子”这项新利益——把未来的行动与过去的立场连在一起——就比较难以达成一项协调双方原始利益的明智协议。

立场性争执会阻碍谈生意的进行。假如在谈生意中有这样一个关键性问题，买方每年在卖方工厂里进行多少次抽样检查？卖方最后同意每年进行3次检验；买方则坚持不能少于10次。就在这里——立场上——双方谈生意破裂，而对于一次“检验”是一个人在一天内进行，还是100个人在一个月内不受限制地进行这样的问题，双方却从未谈及。双方完全没有设计出一种检验程序，以便能在顾及双方不想被对方过度干涉的意愿下，把双方的需要加以调和。

在立场上投入的注意力越多，越不注意调和双方利益，也就越不可能达成协议，即使达成协议，也很可能只是机械式地破除双方在最后立场上的分歧，而不是精心拟出符合双方合法利益的解决方案。这样达成的协议不可能使双方都满意。

谈生意双方要想在谈生意中获得各自的所需，讨价还价产生的争执不但是

336 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

可能的，而且是必要的；但是切忌不要在立场上讨价还价，争执不休，否则只会使谈生意进入死胡同，谁也得不到利益！

而谈生意双方如果在立场上争执不休，各不相让，只会导致低效率。因为，这样的谈生意不论结果如何，一定会耗用大量的时间。

在立场上讨价还价，往往会使谈生意陷入泥淖。因为在这种争执中，你会企图通过采取极端立场，执之不放，把它当作你真正的观点来欺骗对方。然后为了维持谈生意的进行，你会稍作让步，以期望达成对你有利的协议。这时对方也会采用这种策略。这其中每一种因素都会阻碍去探求达成协议的可能性。

一般的谈生意方法还需要个人做出许多决定，因为每位谈判者都需要决定出什么价钱，拒绝什么要求，以及做何种程度的让步。做决定是一种艰难而又费时的事情。由于某些决定不但是向对方让步，而且可能迫使自己做进一步的让步，谈生意者都不想太快做出让步表示。因此，扯后腿、以退出谈判做要挟、步步为营，以及其他各种伎俩诡计，也就屡见不鲜了。这些都会增加达成协议的时间和困难，甚至会使谈生意破裂。

立场性争执，还会使谈生意双方的关系雪上加霜——双方本已是为各自利益斤斤计较的谈生意对手，争执起来就变成了不共戴天的敌人！双方本是为利益而来，现在却抛开了利益，一心一意在与利益毫不相干的立场上较劲。在旁人看来，这简直是笑话！

立场性争执会变成一种意志力的较量。每位谈生意者都执拗于自己愿意的和不愿意的，这使得“双方共同拟定一种可接受的解决方案”这一任务变成一场拉锯战。每一方都企图用不屈不挠的意志力来迫使对方改变立场。“我不准备让步。如果你想跟我合演这台戏，就请接受我的要求。”当一方发现自己屈服于对方坚强的意志，而自己的合法利益却未被顾及时，就会产生愤懑的情绪。因此，立场性争执会使双方的关系紧张，有时甚至导致破裂。多年合作的公司会因此而分道扬镳；邻居会彼此视若路人。这种裂痕所造成的痛苦感受，可能使人终生难忘。

请记住，犹太商人的主张：不要在立场上争执，否则谁也不会取胜，更甭提获得利益了！正确的做法是：忘记立场（或者别把立场看得太严重，好像神圣不可侵犯），各取所需。

NO 98

以坦诚和信誉为筹码 守信用的人能做长久生意

犹太商人认为，谈生意是一种非常激烈的竞争，而且在竞争中手段多多，防不胜防。但是，无论如何谈生意都要在坦诚的基础上进行。

谈生意这一和平的磋商过程绝不是胁迫的代名词。谈生意的协议是靠谈生意者的信守来保证的，谈生意者不仅要重视己方的利益并努力实现它，更重要的是顾及对方的利益。正如美国前国务卿、著名谈生意家基辛格所说：“在外行人眼里，外交家是狡诈的。而明智的外交家懂得，他决不能愚弄对手。从长远的观点看，可靠和公平这种信誉是一笔重要的资产。”

确实，单从实用主义角度讲，坦诚对于一个谈生意者是绝对重要的。如果你的谈生意对手从心底里不信任你，那么他是不会告诉你任何重要的信息的。

相反，当对方认为你可信时，不仅在谈生意桌上，甚至在一些私下的时间里，他也会告诉你一些无从得到的东西。

例如：

甲：瞧，我知道我们的出价是低了点，不过，我们确实对贵公司的产品很感兴趣。

乙：可是，你们在价格上的态度让人感到一点余地也没有。

甲：我知道这个。可是，如果贵公司稍做让步，我们的价码还会变化。

* * * * *

这段看似平常的对话可能会成为你走向成功的台阶。这并不是因为你用阴谋诡计控制了对方，而是因为你受到了信赖。只是当人品正直无可质疑时，秘密的关键材料才会透露给你。如果你被对方认为值得信赖的话，你要尽力维护这一形象，这至少对你与对方下次谈生意有用处。

要知道，在谈生意过程中经过接触和了解，相互尊敬和体谅，会形成一种

338 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

良好的工作关系，从而使每次谈生意变得顺利而有效。要把对手看成解决问题的伙伴，想方设法用坦诚的态度和诚恳的语言感化对方，把对手拉向共同解决问题的轨道。

犹太商人在与外国人的谈生意中，总是彬彬有礼，殷勤谦恭，但他们内心却隐藏着一定要赢的战略。犹太商人经常说说笑笑地讨价还价。为了与对方建立信赖关系，犹太商人首先会向对方表示好感，然后进行一些人情味的闲谈，以便建立起相互之间的亲密关系。他们或是聊各自的家庭关系，或是双方的共同感兴趣的话题，以及“坦诚”地表示对将来合作的渴望，对方的戒备逐渐放松了，却为其讨价还价奠定了基础。这样在不知不觉中，你可能已进入圈套，失去了利益。

当然坦诚也不是天真地对对方毫无保留。

对于谈生意，首先要澄清几个观念上的误区。

①并不是所有的谈生意者都跟你看法一致，你不能根据你的道德标准衡量对方；

②你的对手很可能会利用你无条件的坦诚击倒你；

③隐瞒信息，吞吞吐吐，也不是办法。

为此，你在谈生意中的坦诚需要能伸能缩：

①订个谈生意计划，一步一步向合乎你的要求迈进；

②对你的谈生意对手做好充分的心理准备；

③表现坦诚并不意味着天真地毫不遮掩；

④谈生意对方不一定是你想象中的利他主义者。

在谈生意中表现坦诚应该说是一件不很难的事，下面一些事情是不劳开口就可做到的。

①微笑、真诚地微笑如同高声宣布“我很高兴与您合作”；

②身体前倾。在几乎所有的文化中，它都表示兴趣和专注；

③利用每一次机会点头。通过这个简单的动作可以让对方知道你是在倾听；

④使用开放的手势。将两臂交叉于胸前可能被认为缺乏兴趣或表示抵制。开放的姿势将表示出你对对方的看法持接纳态度。

以诚为本、以诚动人，才能在谈生意桌上无往不利。

只有在谈生意中以诚为本、以诚待人，才能得到宝贵的信誉的筹码。

成交值不单指价钱，它还包括了交易中的其他利益。比如卖方的信用就隐含在买主所付的价钱里。从买方的角度来看，侦查、确认所见所闻，和购买商品、争取服务品质一样，都是交易的重要组成部分。

为了更有效地与谈生意对手交涉，犹太商人认为有必要向他们提供一些有关自己的信息给他们参考，这样做对买卖双方并无坏处。但问题是，该提供多少以及提供什么内容，这些都和信用有关。如果犹太商人认定对方没有信用，不值得信赖，那这笔生意就无法谈下去。

那么，如何才能在对对手心中建立起

信誉的大厦呢？

首先，要缩小你与对手的距离。

其次，用坦白争取好感。

坦白不仅有益身心，而且对谈生意者亦有好处。坦白的人无遮挡地吐露自己所知道的一切，甚至包括自己的动机和假设。这个策略风险很高，但收获也可能很大。

坦白是争取同情的好方法。一般的人对心胸坦荡的人，都会有好感、产生怜悯；相反地，如果你凡事隐瞒、躲躲闪闪，就会给人带去恶劣的印象。

再者，帮助对方变得更可信。

要让自己可信，犹太商人可以做很多，而且也容易使自己可信。然而孤掌难鸣，信任本来就是互相的作用，故而切不可忽视对方的可信度。

①当对方确实值得信赖时，犹太商人才信任他；

②要有针对性地信任对方，不是一概而论；

③对对方的某些方面可信性大加赞赏，他们就会更可信地行动；

④不要永远消极地批评对方的某些不可信；

⑤不要过于信任对方；

⑥区别不可预知与不诚实；

⑦区别敌意与欺骗；

⑧区别各种类型的不可信。

最后，对于能否在谈生意桌上与对手建立信任关系，犹太商人对信任问答是：

①你是否做到了对事不对人？

②你是否对对方百般挑剔？

③你是否在交流时心不在焉？

④你是否攻击对方的可信度？

⑤你是否因对方对你不信任而与对方更加为敌？

⑥你是否确实信任太少？

⑦你是否误解了对方的行为？

⑧你是否把意思表达清楚了？

⑨你是否对对方的过去的不可信耿耿于怀？

⑩你是否混淆了不可预知与不可信？失去信誉，等于失去了谈生意的筹码——请退场吧。

NO 99

坚决堵住不能出现的漏洞 把该防范的问题都刻在纸上

犹太人经商成功靠的是信誉和承诺，因为他们明白总有些商人想打“鬼注意”，去钻空子，走歪道，从而给对方造成一些难题，以便沾便宜。为此犹太人主张经商时要把该防范问题都刻在纸上，坚决堵住不能出现的漏洞。

有一天，一位名叫 B 的美国律师给“日本的犹太人”藤田先生打电话，请求预约。

其时，藤田手头正忙，便拒绝了对方。

“无论如何请您抽出一点时间给我。”对方恳求道。

“很遗憾，对不起，我实在没空。”藤田再一次婉言谢绝。

“那这样好了，每谈一小时，给您奉上酬金 200 美元。”对方给时间标了价，如此诚恳的态度使藤田很难为情，看来确有要事相商。

“好吧，那就给你 30 分钟。”

B 君是美国一家犹太人大公司的法律

顾问，该公司与日本一家商社达成了合作意向，现在需要一名监视日本公司是否履约的监督人，一月付 1000 美元，请藤田给推荐一合适人选。B 君拿出公司老板给藤田先生的信：

“因为您是犹太人的朋友，所以您介绍的监督员一定可靠。”

之后，B 君又拿出了该公司同日本商社的合作协议。藤田看完后，不觉笑了起来。从美国人眼里看来，这也许是一份完满的协议，而在日本人看来，则是一份漏洞百出、暗算人的合同。于是，藤田不仅给 B 律师指出了该合同的漏洞，而且介绍了一位可靠的监督员。这个人几乎不干什么工作就可以轻而易举地获得每月 1000 美元的收入。

尽管如此，B 君也是非常满意的。因为他不仅及早发现了合同的漏洞，而且找到了一名合适的监督员。否则，一旦日本商社钻其漏洞，岂不悔之晚矣！



这则故事充分揭示了这样一个事实：犹太人对于订立合同谨小慎微，绞尽脑汁，决不允许出现漏洞。商场如战场，在现实生活中，我们在和别人签一个即使很小的合同时，也一定留神，否则很容易被对方钻空子。现在的经济案件增多，有很大一部分就是合同纠纷，要么是合同模糊，当事人双方的意思表示不同，要么就是对方故意钻合同的空子等，

因为合同不可能将一切情况都写进去。

为此，要求我们积累广博的社会经验和掌握一定的法律知识，而且在签合同时切不可大意，一切条款要反复考虑，充分分析双方的权利和义务以及有可能发生的情况。否则，打官司可是一件费力费时又费钱的事。当然，我们也切不可自己玩弄计谋，免得自食其果。

NO 100

合同是与神的签约 恪守自己的承诺

犹太人的经商史，可以说是一部有关契约的签订和履行的历史，犹太人经商的秘诀在于“契约”。世界上万事万物每时每刻都在不断地发展变化，但契约的内容是永不会改变的。遵守契约，维护契约就是保证利益不受侵犯的前提，是赚钱做生意的保障。犹太人就是在这“契约”的保障下，赚钱致富的。

犹太人之所以成功的一个重要原因，就在于他们一旦签订了契约就一定执行，即使有再大的困难和风险也要自己承担。他们信任契约，相信签约的对方也一定会严格执行。因为他们深信：“我们的存在，是履行和神签订的契约。”他们之所以不毁约，是认为契约是和神的签约，绝不可毁约。所以，他们在谈判中就非常讲究谈判艺术，千方百计地讨价还价。因为不签订合同是你的权利，但一旦签订就要承担自己的责任，契约是神圣的，神的旨意绝不可更改。所以在犹太商人中，根本就不会有“不履行债务”这句

话。对于违约者，犹太人自然深恶痛绝，一定要严格追究责任，毫不客气地要求赔偿损失，对于不履行契约的犹太人，大家都会对他唾骂，并把他逐出犹太商界。

那么犹太裔人在实际经营中是如何信守合约的呢？有个小故事可见一斑：

有一个犹太老板和雇工订了契约，规定雇工为老板工作，每一周发一次工资，但工资不是现金，而是工人从附近的一家商店里购买与工资等价的物品，然后由商店老板结清账目领取现款。

过了一周，工人气呼呼地跑到老板跟前说：“商店老板说，不给现款就不能拿东西。所以，还是请你付给我们现款吧。”

过一会儿，商店老板又跑来结账了，说：“贵处的工人已经取走了这些东西，请付钱吧。”

老板一听，给弄糊涂了，反复进行调查，但双方各执一辞，又谁也不能证

明对方说谎，而毫无凭证。结果，只好由老板发了两份开销。因为惟有他同时向双方作了许诺，而商店老板和该雇员并没有雇佣关系。

犹太商人由于普遍重信守约，相互间做生意时经常连合同也不需要，口头的允诺已有足够的约束力，因为“神听得见”。犹太商人首先意识到的是守约本身这一义务，而不是守某项合约的义务。

* * * * *

犹太人都十分守约。只要和他们签订了契约，你就不会有任何的后顾之忧了。他们信任契约，相信签订的双方都是会严格遵守的。因为他们深信：“我们的存在，是履行和神所签订的契约。”在这样的商业大背景下，犹太人对于不履行契约的人，严格追究责任，毫不客气地要求对方赔偿损失；对于不遵守契约的犹太人，他们会义无反顾地把他驱出犹太人商界，让他永远背负一生的骂名。

由于各个国家对契约的重视程度不一样，所以犹太人在与人做生意、打交道时，总是小心谨慎，因为他们对对方不了解，不清楚对方是否会守约，所以他们开始不太信任对方。尤其是第二次与不守约的人交往时，犹太人根本不会相信所签订的契约。因此，在与犹太人交往中，要想博得犹太人的信任，第一件重要的事便是遵守契约，无论发生了什么突变，无论在任何特殊的环境之下，都要毫无余地地做到这点，否则你便是枉费心机，因为犹太人绝不会信任一个对他们的“神”不敬的人。

日本的“粮油食品出口大王”是深受犹太人信赖的朋友。他是怎样获得这来之不易的信赖的呢？他经常挂在嘴边的一句口头禅就是“纵然吃大亏也要守约”，所以在他的经商过程中处处体现了这句话。要取得犹太人的信任，绝不是件容易的事。

与犹太人不同的是，通常情况下，日本人虽然愿意签订具有束缚力的协议或合同，但在他们看来，事情总是在变化的，什么最终协议根本就不存在。协议或合同也应根据客观条件和外部环境的变化及时加以修正。

日本人认为：生意都是靠彼此间的相互信任来进行的。他们称赞建立在真诚、亲善基础上的商业交往。如果缺少这一基础，一切都无从谈起。因此，他们认为签订严谨的合法的文件实在是画蛇添足。

日本人喜欢表明双方倾向性意见的备忘录，他们难以忍受篇幅冗长、内容详尽、具有法律效力的文件的严肃性。建立在真诚、亲善基础上的松散协议，可便于双方根据形势和具体情况的需要，改变双边关系的性质。尽管这类协议不存在约束力，但它在某种程度上具有“相互理解、友好亲善”的意义。日本人把这种关系看成业务往来的基础。

在日本商人传统的观念中，是否签订书面合同无关大局。而口头的承诺本身就是一种非常有效的“合同”。有时，虽然日本人也采纳了西方的许多法律条文，在商业交往中，也开始使用文字合同，但是就日本人而言他们并不喜欢合同，他们始终把彼此的信任放在首位，

344 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

如果没有信任、真诚做基础，一纸合同的分量太轻。正因为如此，日本人所以不相信契约。《外国投资与日本》一书中这样写道：“外国伙伴与日本商人的最大特点是只相信人而不相信契约。”

日本人的这种淡薄契约的观念使他们放弃了具有约束力的严谨的合同所能给他们带来的好处，他们就是不喜欢经过讨价还价后签订下来的合同。对方是否诚实可靠，是他们最关心的。只要获得日本人的充分信任，他们就会认为双方能够达到平等互利的目的，所以不必过分拘泥于细节。

《日本商业与社会》一书曾做过这样的描述：“他们很少对合同细节进行争论和商业谈判上的拖延，但它往往是获得相互信任的一个过程，而不设法以合同的细节来保证双方的权益受到意外的伤害。信任一旦建立后，双方珍视这种得之不易的关系。在这种基础上双方结成真正意义上的互惠、互利、相互信赖、相互帮助的伙伴。”

日本人认为，合同上的字可以按照情况的变化而更改，他们看重的是对合同的理解，而不是合同上的字眼。事实上，在与日本商人签订的合同的结尾，一般都有可作修改的规定。日本人一旦认为合同或协议“基础”不牢靠，他们会毫不客气地终止合同、协议。

下面是一个犹太人做生意十分注重合同的典型例子：有一位出口商 A 与犹太商人 B 签订了 10000 箱蘑菇罐头合同，合同规定为：“每箱 20 罐，每罐 100 克。”但 A 在出货时，却装运了 10000 箱 150 克的蘑菇罐头。货物的重量虽然比合同多

了 50%，但犹太商人 B 拒绝收货。出口商 A 甚至同意超出合同重量不收钱，而犹太商人 B 仍不同意，并要求索赔。出口商 A 无可奈何，赔了犹太商人 B 10 万多美元后，还要把货物另作处理。

此事看来似乎是犹太商人太不通情理，多给他货物也不要。事实不是那么简单。因为犹太人极为注重合同，犹太人可以说是“契约之民”。犹太人生意经的“精义在于合同”。他们一旦签订合同，不管发生任何困难，也绝不毁约。当然他们也要求签约对方严格履行合同，不容许对合同有不严谨和宽容。

* * * * *

犹太人对合同的如此重视，与犹太人信奉犹太教有关。犹太教有“契约之宗教”的称誉，旧约全书就被当做“神与以色列人的签约”。犹太教认为：“人之所以存在，是因为与神签订了存在的契约之缘。”犹太人相信此说，所以犹太人不毁约，一切买卖只笃信合同。相反，谁不履行合同，就会被认为违反了神意，犹太人绝不会允许的，一定会严格追究责任，不留情地提出索赔要求。

犹太人精于经商，深谙国际贸易法规和惯例。他们懂得，合同的品质条件是一项重要条件，或者称为实质性的条件。英国法把它视为要件。合同规定的商品规格是每罐 100 克，而出口商 A 交付的每罐却是 150 克，虽然重量多了 50 克。但卖方未按合同规定的规格条件交货，是违反合同的。按国际惯例，犹太商 B 完全有权拒绝收货并提出索赔。根

据联合国公约，出口商 A 的行为是根本违反合同的。根据美国法则是重大违反合同；根据英国法是违反要件。因此。犹太商 B 此举是站得住脚的。

上述案例中，还有个适销对路问题。犹太商购买不同规格的商品，是有一定的商业目的的，包括适应消费者的爱好和习惯、市场供需的情况、对付竞争对手的策略等。如果出口方装运的 150 克蘑菇罐头不适应市场消费习惯，即使每罐多给 50 克并不加价，进口方的犹太商人也不会接受，反而打乱了他的经营计划，有可能销售通路和商业目标受到损失，其后果是十分严重的。

本情况的发生，还有可能会给买方犹太商人带来意想不到的麻烦。假设犹太进口商所在国是实行进口贸易管制比较严格的国家，如果进口商申请进口许可证是 100 克的，而实际到货是 150 克，

其进口重量比进口许可证重量多了 50%，很可能遭到进口国有关部门的质疑，甚至会被怀疑有意逃避进口管理和关税，以多报少，要受到罚款和追究责任。

由此可见，合同是买卖双方的极为重要的要件，违反合同规定，对买卖双方会产生严重后果。犹太人深知其要害，故强调要守约。

事实上，合同不仅受犹太人重视，而且成为世界各国商业活动普遍受重视之事。所谓合同，即通过交易的洽谈，一方的实盘被另一方有效地接受后，合同就告成立。合同经双方签字后，就成为约束双方的法律性文件，有关合同规定的各项条款，双方都必须遵守和执行。任何一方违反合同的规定，都必须承担法律责任。因此，签订合同的任何一方必须严肃认真地执行合同。犹太商人的成功就与“重合同”有关。

NO 101

靠承诺办事 信守签定的协议

犹太商人认为，怎样信守签定的协议呢？

(1) 协议、谅解和程序的差异

如果你不了解谈生意协议、谅解备忘录和程序三者之间的差异，那么你的处境会比较糟。

有必要将这三个概念的定义弄清。从实用的观点来看，我们可以把程序看作是做某些事情的方法；谅解是表示双方对某一问题的观点和态度；协议则是对双方可接受的条件的最终承诺。

你可能感到纳闷，所有这些有多大差别呢？难道交易不就是那个交易吗，何必非得那么细？

仅仅达成一项协议是不够的，甚至当双方都有最好的意向时，协议也会因这样那样的原因而终止。之所以会出现终止，是因为那些负责执行协议的人不了解达到协议的共同观点、态度和背景。再就是因为任何一方都不知道如何使协议运转起来，或者不懂得怎样证明它在

运转还是没有执行运转。

假设甲是一个美化环境的承包商，乙是一幢房子和那块土地的拥有者。双方商定由甲来做美化的具体工作，而乙为此付给甲 10000 元。在签定协议之前，双方就所预计的工作量、选用植物种类和要使用的砖达成一项协议。双方还商定对以后发生的更改都要付费。

一份好的协议不应该仅仅开列出工作量的价钱，它还应包括对书面文字含意的注释，以及当工作量出现增减时计费的程序。糟糕的合同会让人因质量标准是否满足了口头协议，费用是否按公平方式核计等问题发生争执。

下次谈生意时，你最好问一下自己：“仅仅就条件达到协议是不够的，还有什么谅解和程序需要详细列出吗？”

(2) 关于协议备忘录的警告

要记起谈生意中的所有事件是不可能的，因为常要详细记住的东西太多了。谈生意人员应该随时记笔记，在对问题

进行讨论并达成一致意见时要记录在案。最重要的记录就是协议备忘录，它是对所达成协议的重要条件的书面记载，它由双方签字并成为正式合同的基础。只有在所有本质性问题全部解决在备忘录成文和签字之后，会议才告结束。

自己写备忘录要比让另一方写好，谁写对谁有利。他可以表达他的协议概念，他可能解释意图，遣词造句以反映他对讨论的理解。问题不是一方利用另一方或者为对方设置一些法律陷阱，它只是一方按自己的方式来安排协议的各个方面，而不是把它留给对手。

* * * * *

在提交备忘录之前，谈生意人应让谈生意组的其他成员过目，这样做肯定还会提出一些遗漏及委托等方面的错误。也应该给对方机会来尽可能仔细地审查协议，并修改他认为是错误的地方。他应该加上一条“协议需与法律相符”的条款以使自己对备忘录的法律细节表示满意。

备忘录应该把重点放在意向上而不是措词上，要简明扼要而不是通篇充满法律术语。谈生意人员应记录所有达成的一致意见，并做到互相参照，以便让起草最终合同的人不致产生歧义和混淆。如有可能，对那些已经讨论过的工作、条件和规格做具体而详尽的描述，还应包括具有重要意义的价格、交货、保证和质量标准这类问题。经验表明花几分钟时间写一份协议，可以减少日后的麻烦。

书写协议备忘录需要良好的判断，也需要勇气。曾有很多很好的协议未能达成，因为在一些小事上一方对他人的善意过分不放心，他们对以后不可能发生的小问题做了大量的法律规定。法律极端主义者容易就备忘录的内容提出种种意见而难以达成协议，他们对每个字眼都进行法律推敲。谈生意人员不要惧怕将细节留给合同起草人。一份好的备忘录只是规定双方的意向和协议的主要条件，但不是细节。

如果协议备忘录是由对方拟就，你就必须特别小心，不能偷懒，不能天真，要强迫自己注意下述几点：

要不止一次地仔细阅读备忘录，这样会发现遗漏或委托方面的错误。不指出它们就可能损害你的利益。

立即面对真正的问题，要提出自己的意见并有勇气提出已经讨论过的问题。不可无是生非，但也不能逃避问题。

如果你有理由相信对手，那么要相信他；如果你还不太相信他，要尽可能弄清细节。

如果你不喜欢那些措词，要自己动手重写。

不管时间多晚你也不要签字，直到它能反映出你所理解的一致意见。

需要改变主意就去改变，不要受拘束，就是到最后一分钟也是这样。

一家大公司有一项政策，那就是在去谈生意之前事先写好协议备忘录，这样做不仅使他们在后来写备忘录时更容易些，而且还是一种对实现自己目标的指导。他们在出发之前便知道该向何处去。

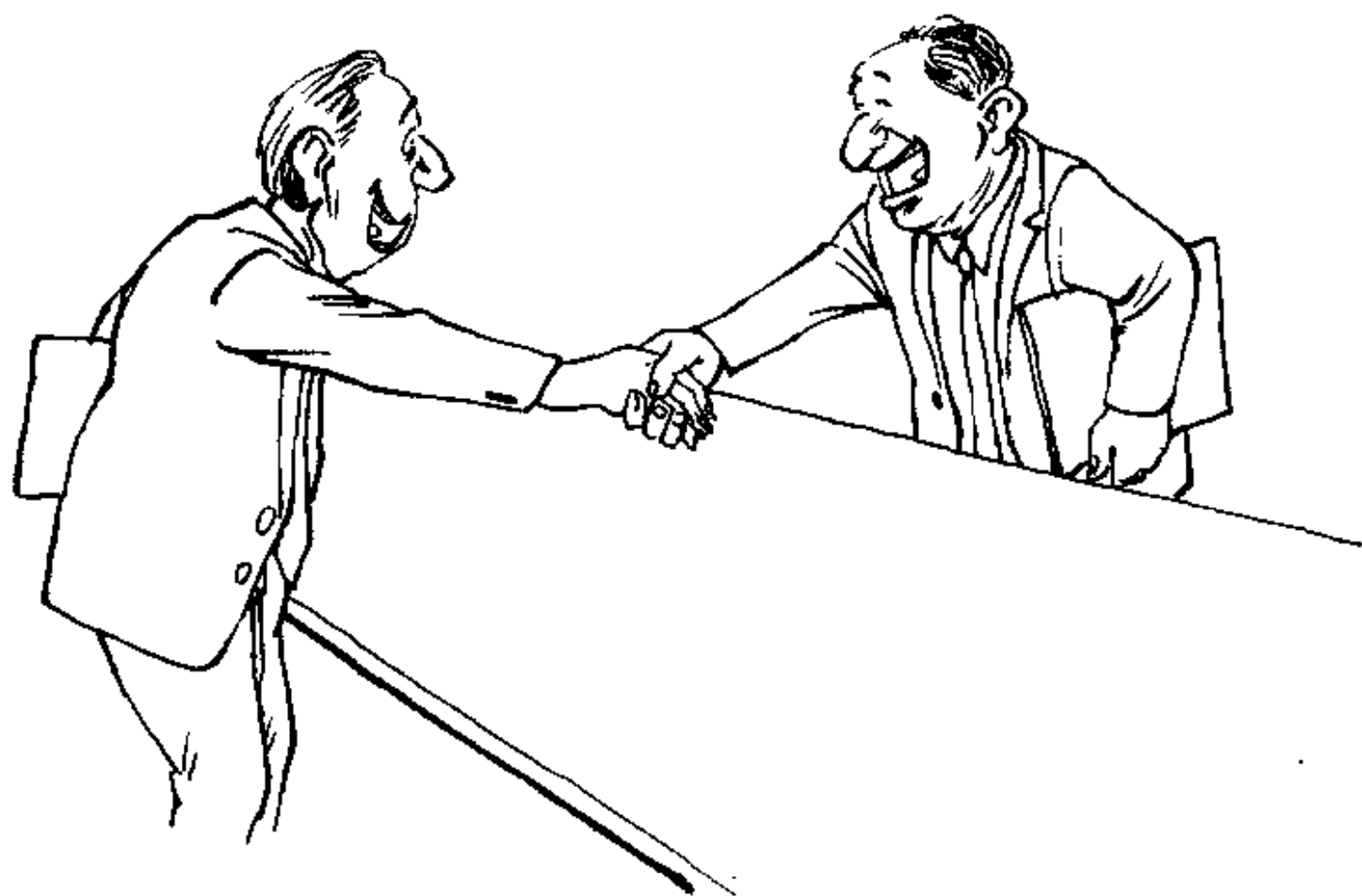
348 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

经双方签署的备忘录是一份重要的文件。当双方对买卖又有别想法时，备忘录有阻止他们改变主意的作用。他们不想让人说自己没有主见，也不愿意在能说得过去的时候去处理麻烦问题。要把能对双方都有约束的一致意见写下来。

当合同写好之后，应该马上与协议

备忘录进行核对，偶尔也会出现漏掉了重要条件或者在起草过程中有所变动的情况。必须马上正视这些问题，哪怕这意味着重新开始整个谈生意！有些人缺乏这样做的勇气。另一些人过分懒惰，不愿去详细地阅读合同或者在出现差错时，也懒得再去谈那些不愉快的事情。

(3) “分块缔约”战术



当双方很难就所有问题达成一致意见时，有一种方案可以采纳，那就是“分块缔约”。双方可就低风险事情先达成协议，而把困难的问题留待以后慢慢商量。等过一段时间，条件成熟，双方均感满意时再处理难度较高些的问题。“分块缔约”给人以时间来摸清对方的意图，而不致造成太多的伤害。

建立信任需要时间，互相不熟悉的买卖双方在对所有问题承担义务方面是

心存疑虑的。这种情况下，他们可以把问题分解成若干部分。然后让协议的内容只限于这些较小的事情上。例如，一个特权授予人可能希望找人来管理，有一个候选人似乎符合条件，那么可以同他达成一项协议，也可以按地理区域、产品系列或者服务中心安排来分割。

买主在遇到新卖主时经常使用“分块缔约”协议，买主给他们一系列较小的订单而不是给一个大订单。如果一切

进展顺利，买主可以扩大订货。当卖主在为一新客户提供信贷时也是这样做，如果一段时间以后新客户能付清账单，信贷限额可以增加。每一次成功都扩大了未来协议的基础。

(4) 零打碎敲的协议与一揽子协议

法国人认为谈生意应先从原始协议开始。美国人则倾向于先从一个事实一个事实、一个问题一个问题的协议开始，最后签约。这两种办法各有优缺点。如何开头能影响你在何处结束。

零打碎敲的讨价还价可逐步建立信任并能使双方对整个情况有种更好的印象，他们能了解双方的需求和重点。一步一步地询问可以揭开各方都希望避开的风险区，当能拿到详细费用资料和双方分歧不太大时，一步步讨价还价效果最佳。

原则性协议的观点是一旦建立起条理性原则，则能把涉及具体事实和问题的冲突置入该框架中，各种问题可以粗略地交换一下意见。讨价还价的重点与

总的情况有关而不是与细节有关。

应该把零碎和一揽子概念结合在一起进行零碎地谈生意，其原因如下：

人们需要通过零碎的协议来先结束那令人满意的部分交易。

零碎的协议可以揭示更多的人的个性和他的需求强度。

用心倾听可以揭示另一方权力结构中的薄弱区。

一项项的讨论能使人从很虚假的立场得体后退，同时也满足了他所代表的那些人的期望。

犹太商人认为，一份协议只有在其达成时才能生效。如果一个人原则上同意，那么他不必同意每一部分；如果一个人同意一部分，那么他不必同意全部。有些人因觉得在某个问题上自己不太诚实而过于小看了自己，一旦在某一点上有了承诺如再后退便有些窘迫，不必如此。在谈生意中各部分的总和无须等于全部。只有在我们握手时才算成交而不是在这之前。

NO 102

把谈判桌摆在大脑中 博闻强记有利于谈判

犹太商人谈判，注意自己的记忆力和态度，因为他们这两点，直接关系到谈判能否顺利，究竟谁不吃亏。

(1) 好记忆最重要：

你和犹太人熟识以后，交谈越多，你就越会觉得犹太人学识渊博，简直跟博士一般。即使吃饭时，他们的话语也会滔滔不绝，从不让你觉得冷场。

他们的话题涉及政治、经济、历史、体育、娱乐、军事、时事，古今中外，仿佛没有他们不知之事，没有他们不通晓的道理。

当犹太人向你讲起大西洋海域特有鱼群的名字，汽车的构造，植物的分类和品种……你会以为他们是这方面的专家。而此刻，你差不多快要被他们的人格征服了。

广博的知识对犹太人而言，不光是用来作为谈话的资料和改变谈话的气氛。更重要的是，知识可以开阔他们的视野，可以帮助他们从更多的角度看待事物，

以便选择最佳解决问题的途径。实质上就是利于他们决策和判断。

有两种情况差别太大。看见天很小的人当然是井底之蛙。而视野开阔的人从商当然容易进入高境界。

从细部观察，犹太人一方面精于心算，另一方面又非常勤奋，时时动笔。只要是他们相中的东西，他们都要记录。

犹太人爱做记录，却并不随身携带笔记本。而是买到香烟抽完后，把烟盒里的锡箔纸抽出来，在背面做记录，给人很随意的感觉。回家后，他们可能还要重新整理吧。

在谈判中，犹太人也是用这种方法做记录。日期、金额、交货期限地点，样样要清晰明白，不会有误。谈判中的这种记录实际上是犹太人生意交易的备忘录。

有时候，由于生产期限太紧，日本人也故意打迷糊，对犹太人说：

“好像谈判时交货日期定的是某月某

日，先生你记得有误吧？”

犹太人根本不吃这一套，锡纸背面的记录就是他们的原则。他会毫不客气地跟你说：

“不，是你记错了，应该是这一日，我记录得非常清楚和准确。”

日本人这时候恐怕只有缴械投降的份了。因为强行耍赖，犹太人会告你毁约，要求你赔偿损失。

犹太人做生意，不存在含糊不清的东西，更不存在错误的记忆。这些当然都得益于博闻强记。

(2) 态度决定成败

在商业谈判中，一般有两种态度：一种是美国式的强硬态度，另一种是犹太式的温和态度。

美国人有钱有势，在处理政治、经济、外交等事务中总是持强硬态度。在谈判中经常采用的方式是恐吓、威胁、警告、压力等方式。对于那些依附于美国，受其控制的国家和人们，他们的方法经常能收到快捷的效果。但对于另外的国家和人们，也就经常令其碰钉子。

犹太人因其历史原因和生存环境的艰苦，对人处事一般态度都是很温和。宁肯以理吵架，也不恐吓和威胁别人。他们常采用的是机智、果断而且圆滑的方式。谈判时幽默而态度温和。万一吵起来，也会用计谋让你上当。

美国人认为自己是正确而没有错误的。

犹太人认为真理在追求之中。

生活中有钱有势的人就如美国人一样说话财大气粗。

犹太式的人们有钱而对人谦恭，说话温文尔雅。

在不同的商业谈判中，要采用哪种方法，得视对手情况而定，切勿贸然行事。

当年美国总统福特要访问日本，美国历史最悠久的电视网 CBS 公司派了一位年轻代表到日本与日本的 NHK 商谈总统福特访日的电视转播问题。

CBS 公司的这位派员年轻气盛，直言不讳地向比他年长许多岁的 NHK 主管提出种种不合情理的要求，甚至要主管提供超出实际需要近两倍的人员和通讯机器设备。

主管无法接受这种办事的态度和方式，一口回绝了。

CBS 公司这下急了，眼看总统访日期限已到，转播之事尚无眉目。只得再派公司高层领导到东京重新与 NHK 接触。

在谈判桌上，美方向日方郑重道歉，并以极其委婉的语气请求 NHK 协助办好总统访日电视转播事宜。NHK 见美方态度改善，当然也就满足了他们的要求。

那位先来的年轻美国人事后坦率承认，自己犯错误的原因是美国式谈判在日本行不通，自己只能赔罪认错。

强权并不是所有人都愿意接受的。

当初就采用犹太式的温和方法，事情大概就不会出现波折。

未来社会是一个互通有无，长期合作的社会。对话将是重要的，强硬只能造成隔阂，温和才能保持友谊。温和态度是将来谈判的大趋势。

No 103

发挥嘴巴的威力 巧妙说服

犹太商人认为，为了改变对方的讨价还价行为，首先必须改变对方的态度。我们应从对方预先的设想、已有的信念、所需与所求等为出发点，并推动他们向着我们的建议方向移动。每件事情都有两面，每一次交易也都有满足和不满足的因素在内，双方也都会产生一些需要克服的反对意见，交易能否成功，很大程度上就在于你如何去面对反对意见，这就取决于你如何在交易中为自己争取到足够的讨价还价力量，并且巧妙地运用你的力量去影响、改变对方的观点。

*** * * * *

乔治先生的妻子视力不太好，她使用的手表的指针必须长短针分得非常清楚才行。但现在这种手表非常难找，他们费尽心力，总算找到了一只她能够看得很清楚的手表。但是，坦白地说，那只手表的外观实在相当地丑陋，很可能

正是因为这个原因，这只表一直卖不出去，而且，它的标价 200 元也似乎太贵了点。

乔治先生告诉卖表的商人说，200 元太贵了，但商人却说这个价格非常合理，并且告诉乔治先生这只手表精确到一个月只差几秒钟而已。乔治先生告诉钟表商时间的精确与否不很重要，为了证明给他看，乔治先生还拿出了他妻子的旧表让他看：“她戴这只 50 元的表已经 7 年了，这只表一直是很管用的。”但是商人回答说：“噢，经过 7 年后，她也应该戴只名表了。”当乔治先生指出这只手表式样不好看时，他又反驳说：“我从来没有见过这么好的专门给视力不好的人设计的手表。”最后，经过一番讨价还价，他们最终以 150 元的价格成交。其实，一旦你抓住了要诀，你就可以具有自己的力量，可以很圆滑地处理对方的反对意见，说服他们同意你的观点。



所谓说服，是指在谈生意中让对方认识到自己真正利害关系之所在。可以借助于对方的逻辑感，可以诉之于对方的感情，也可以投合于对方的价值感。练习下面的步骤，你可能会发现它们是有效的，它并不是进行说服工作的惟一

途径，但它是一条较好的途径。

(1) 首先应指出问题

在与顾客谈生意之前，记下你所能想到的一切。你所提意见之中所包含的好处，在这个阶段，在他没有从自己的机遇的角度看到它们之前，暂时还没有

354 ⇌ 世界上最优秀商人的生意经

什么用处。只能是通过提一些试探性的问题，来找到对方问题之所在。

(2) 商定解决方案

要和对方一起工作，并设法使对方同意你提出的解决他的问题的总体建议。方法是：当他支持你的建议内容时要鼓励他，并怂恿他在这种情况下表态；而当他提出异议时要退却或提出反对。

(3) 选择主要的利益

只选择在适合于你已列举的解决方案的建议中对他有利的部分。你的资料公开得越多，你的地位就越弱。其他好处应备而不用，以对付他的阻力。

(4) 对你所说的话提供充分的证据

这是一个非常重要的阶段。为了支持你的观点，尤其是当你谈到你的服务质量时，要给对方提供证据，如表格、数字、各种曲线图、草图、图片、试验结果、研究数据等。必须描绘出你的东西在哪些方面是最好的，并对你说的话提供某些证据。否则，他会暗暗地想：“这一切我以前听得多了。”

(5) 取得对方的赞同

要让他和你走一条路，如果他想走回头路进行抵制，你就重新把问题再提出来。你应该在下一阶段到来之前确保他能持赞成态度。

(6) 把他的代价缩小到最小限度

把他的代价铺得很开，并把它和另外一些小额费用进行比较；把对方的代价在时间上拉开，掰成小块。不要在这一阶段徘徊，而要立即进入下一阶段。

(7) 给他一个额外的好处。

要在关于对方的代价的说明以后立即引出这一项利益。

(8) 最后，把赚取的利益总加起来

把他到此为止的所有利益都加起来，并和他一起算出他所获得的毛利；要把这个毛利按一个很长的时间范围来进行累计。

当然，在说服对方的时候，一定要让顾客知道你很清楚他的观点。对方在讨价还价时会做出一系列反应。首先犹太商人必须对对方进行评价，既把他们集合起来作为一个整体评价，也把他们分散为一些单独的个人进行评价。而后，犹太商人再给对方一个刺激，这种刺激通常是以一种能吸引对方的建议书的形式出现的。犹太商人向对方提出的建议书中所提到的一些好处，可以起到这种刺激作用。这会吸引他们做出一个响应。从这一点出发所进行的交换，将涉及到一种塑造对方的响应，使之朝犹太商人观点发展，同时，他们也会想塑造我方的响应，使之朝他方观点发展。

* * * * *

这种塑造过程可以通过正面强化来进行，偶尔也可以通过反面强化来进行。所谓正面强化，即当对方说的话于我方方案有利时，犹太商人将给对方以鼓励；而所谓反面强化，即当对方不支持我方方案时，犹太商人就给他们设置阻力或后撤。这种“教导”对方的过程决不是单向的——在犹太商人向对方施加作用时，对方也向犹太商人施加作用，而犹太商人这种由想象对方进而产生共鸣或同感的“学习”过程则是通过观察对方的谈生意行为而进行的，这将影响彼此

的将来行为。

其实，除了对谈生意人员施加影响外，还能对谈生意形势施加影响。在谈生意需要引导对方向预期的成交方向努力时，犹太商人可以向对方提供一个相似的但对他们更为有利的交易、更优惠的条件、不同的计划与成交方式，或提供对交易的不同评价方式来影响谈判的形势。此外，采取“制造漩涡”和“边缘政策”的战术，也可以影响谈生意的形势。

采取竞争性谈生意的对手们，彼此都清楚地知道对方在某程度上玩弄“制造漩涡”的游戏。他们希望对方这样做，甚至很敬佩那些能把这种手段最大限度

地使用出来的谈生意人员，但这种游戏通常要冒失败的危险。

使用这些手法是有技巧的。如果在犹太商人看来，对方的态度很不现实，要想继续谈下去，犹太商人自己就不得按常规行事时，就更需要有这方面的技巧。这时，犹太商人不能太快地做出让步，否则，如果犹太商人让步太快，他们就不会把这种让步当作一回事，而想夺取更大的胜利。

当然，在采用这种技巧时，绝不能让对方识破。犹太商人要不动声色，让人信服地进行谈生意，尽管这样做带有一定的冒险性。

No 104

把谈判进行到底 突破僵局的绝招

犹太商人认为，谈生意一旦陷入僵局，对那些急性子的谈生意者绝对是致命的！因此可以说，僵持战术是专门为急性子的谈生意者而设计的。原因是谈生意只要陷入僵局，时间会无限制地延长，根本看不到有结束的可能——这对那些妄想一鼓作气的谈生意者无异于当头一棒！

(1) 僵持是成败的开始

僵持是谈生意中最有力的战术之一，几乎没有什么东西能像它那样更有效地考验双方的力量和决心。而且大多数人都像避免瘟疫一样躲避僵局，他们害怕它。

有心理学家把僵持比作疏远。人最害怕的事情之一是与别人隔离开来。人们为了避免破坏宝贵的关系而付出极大地努力，试验好像也证实人们宁可歪曲事实，也不愿与同辈人有分歧。疏远和僵持都令人不快。

每一个人都曾在某些时候遇到过僵持，我们都体会到它是如何的不舒服。当我们开始一个希望达成协议的谈生意时，僵局

所留给我们的是一种失败的感觉，我们容易失去信心并对自己的判断产生疑问。“我们还应该通过其他方式来说些什么或做些什么吗？”“还有些什么别的让步应该采取吗？”“我们老板会怎样看待这次僵持？”“我们应该接受最后那次报价吗？”“这种僵持会对我们的声誉带来影响吗？”诸如此类的问题在折磨着双方。

难怪商人们都怕僵局，特别是当他们在为一大公司做事时更是这样。事实上，一项坏的交易也比僵局容易向管理部门解释。更糟糕的是别人只要稍做让步便可打破僵局，用于削弱对方的僵持很快就会被忘却。如果把你自己放在买方或者放在推销员的地位，则很容易看出僵持并不对他们个人有利。承担风险或者多做些额外的工作不值得，从个人立场上看，它常常像是个愚蠢的举动。

僵持仅仅是谈生意战术中的一个。它也像任何其他方案一样值得考虑，但它不总是合适的，也就像任何其他战术不总是

合适的一样。没有管理背景的谈生意人员对僵持持犹豫态度，甚至该僵持时都不敢僵持。愿意敞开心思仔细考虑僵持问题的经理，肯定能改进他的工作。

僵持之所以有力量，在于它对双方产生的作用，它是对他们的决心和力量的严峻考验。僵局之后，买方和卖方都会被软化，双方都更愿意相互妥协，特别是能找到一个保全面子的方法时更是这样。那些愿意去试一试僵持的人，会获得较好的结果。不过，正像我们大家都懂得的那样，僵持确实包含着风险，某些僵局不能被解开，他们在“死”这个字眼上停止。

面对僵局，不要着急，要能忍！

(2) 利用僵局达到目的

那些有耐心的谈生意者，面对僵局并不害怕，虽然僵局多多少少对他们也会有一些影响，但显然要少得多。相反，聪明的谈生意者还可以利用僵局，向被僵局搞得心慌意乱的谈生意对手施加压力。

在商业谈生意中，双方都希望能顺利地和对方达成协议，完成交易。但好事多磨，当遇到僵局时，如何应付它，利用它，使它变成争取成功的转机，就成为一个不可忽视的问题。

虽然人人都不喜欢僵局，但是别忘了，你的目的是为了通过谈生意取得利益，达到谈生意的成功，至于什么方式，就需随机应变了，当利用僵局有助于达到目的时，你倒不妨放开胆子一试试了。

那些在僵局中的人容易产生沮丧的心情，出现人性软弱的一面，动摇信心，甚至怀疑自己的判断能力，这是谈生意

者的大忌。而且在这种时刻，别的竞争者只要再做点让步，就会抢走你的生意，于是僵局给与双方的压力更大了。

在出现僵局的情况下，往往更能试探出对方的决心、诚意。

假如你冷静地判断对方是确有诚意要促成此交易的，是希望打破僵局的，那么你就可以适当采取一些积极的行动，稍作一点让步，抑或只是形式上的让步，都可以使对方看到你的诚意，情况就往往会出现转机，使对方的态度明显缓解。但要注意，假如你发现这僵局有可能是对方故意制造的，你稍作一丝让步可以成为一个试探气球，如对方仍不松口，这时候你最好也能坚持下去，打他个持久战。

僵局如同其他战略一样，也是需要各方配合的，在没有上级支持的情况下，即使这种战略有效，谈生意者也往往不愿冒这个险，因为坏合同也比僵局易于向上级交差。所以上级决策层应授命他的谈生意人员使用这种战略，提供他合作和耐心，使他能够利用僵局而获胜。更重要的是让谈生意者知道，绝不会因僵局的出现而引起对他商业谈生意能力的怀疑。

但总的说来，僵局的利用仍是一种置之死地而后生的策略，过于冒险。一旦僵局就此僵住，怎样也打不开，就只好宣布谈生意失败了。这恐怕是任何一方谈生意者都不愿看到的结果。

只有善于利用僵局，把握僵局的人，才能最后胜出！

(3) 突破僵局 15 法

而对僵局和来自对手的咄咄逼人的

358 ⇔ 世界上最优秀商人的生意经

压力，急性子的谈生意者要想扭转局面，反败为胜，惟一的机会是想办法打破僵局，使时间重新“动”起来！

许多谈生意是因错误的原因而中断的。僵持本身并没有错。卖主有理由因价格太低而不与某人做交易，买主喜欢把僵持作为一种战术来达到他的目的。这都无可厚非。我们关心的是如何才能打破我们所不想有的僵局。

以下 15 种策略可以避免或打破僵局：

①改变收款的方式。较高的预付金、较短的支付期，甚至在总金额不变的情况下，采用另一种不同的现金流动，也会产生奇妙的结果；

②更换谈生意小组成员或小组的领导；

③变更不确定因素的时间顺序。例如把协议中的某些困难部分推迟到晚些时再进行谈生意，那时已了解了更多的信息；

④勇于共担风险。有分摊未知损失和收益的愿望，能够恢复一场拖延下来的讨论；

⑤改变实施的时间进度；

⑥提出妥协的程序或保证来打破僵局；

⑦把讨价还价的重点从竞争转向合作。让双方工程师接触，操作人员在一起，老板在一块；

⑧改变合同的种类；

⑨改变百分比的基数。一个较大基数的较小百分数或者一个较小基数的较大百分数可以使事情沿轨道继续进行下去；

⑩找一个调解人；

⑪安排一次最高级会议或“热线”电话；

⑫增加真的或显而易见的选择。提供未必能采用的选择可能缓解紧张形势，以利交易的进行；

⑬对技术规格或条件做些变动；

⑭设立一个联合研究委员会；

⑮讲一个有趣的故事。

打破僵局者所以能成功，是因为他们善于让对方重新回到讨论中来，这样能创造一种产生新方案的气氛。使人感到惊奇的是，引入一种新方案，有时可以使老主张看起来比以前更可以让人接受。

人们经常想知道在僵持发生之后，是由自己先走第一步，还是让他人先走第一步。按常理来说，你该让他先让步。问题是你不能确定他会不会这样做。你所能料想到的是僵持很可能对双方构成很大的压力，他不肯迈第一步，但他欢迎你来这样做。

你该预先仔细地考虑该说些什么话或做些什么事，来为重新进行讨论和为另一方听取意见提供一种保全面子的办法。如果你在僵持发生之前就做到了这一点，那么你就能更好地处理问题。

在犹太商人看来，谈生意的中断不总是由震惊世界的举动或者什么大的经济问题而引起的。像人的个性差异、怕丢面子、组织中的麻烦、与老板的关系不佳，或者全然无力做出决定这类小事都会导致谈生意中断。在设法打破僵局时必须考虑人的因素。不是说你要做什么，而是你怎样去做，这也许是最关键的。打破僵局很可能牵一发而动全身，所以必须慎之又慎！